

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA VEŘEJNÉ EKONOMIKY

Public Relations v neziskové organizaci

Public Relations in a Non-Profit Organization

Student: Nikoleta Niklová

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Ivana Vaňková, Ph.D.

Ostrava 2013

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra veřejné ekonomiky

Zadání bakalářské práce

Student: **Nikoleta Niklová**
Studijní program: B6202 Hospodářská politika a správa
Studijní obor: 6202R055 Veřejná ekonomika a správa
Specializace: 02 Veřejná ekonomika a správa
Téma: **Public Relations v neziskové organizaci**
Public Relations in a Non-Profit Organization

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska neziskových organizací v ČR
 3. Analýza hospodaření vybrané neziskové organizace
 4. Zhodnocení hospodaření vybrané neziskové organizace a návrh public relations
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace: teorie a praxe*. Praha: Oeconomica, 2009. 303 s. ISBN 978-80-245-1650-9.
SVOBODA, Václav. *Public relations: moderně a účinně*. 2. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2009. 239 s. ISBN 978-80-247-2866-7.
ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2012. 138 s. ISBN 978-80-247-4040-9.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Ivana Vaňková, Ph.D.**

Datum zadání: 23.11.2012
Datum odevzdání: 10.05.2013


doc. Ing. Petr Tománek, CSc.
vedoucí katedry



prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

„Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně“.

V Ostravě dne: 10.5.2013


.....

vlastnoruční podpis

Obsah

1	Úvod.....	4
2	Teoretická východiska neziskových organizací v České republice	6
2.1	Vymezení pojmu nezisková organizace	6
2.1.1	Právní formy neziskových organizací.....	9
2.1.2	Financování neziskových organizací	12
2.2	Public relations	16
2.2.1	Komunikační nástroje a kanály.....	17
2.2.2	Public relations specialista	21
2.2.3	Public relations v neziskové organizaci	24
3	Analýza hospodaření vybrané neziskové organizace	27
3.1	Charakteristika vybrané neziskové organizace.....	27
3.2	Analýza hospodaření vybrané neziskové organizace v letech 2007 – 2011.....	29
3.2.1	Rozložení příjmů a výdajů v jednotlivých letech.....	29
4	Zhodnocení hospodaření vybrané neziskové organizace a návrh public relations	43
4.1	Zhodnocení hospodaření.....	43
4.2	Stávající Public relations občanského sdružení CENTROM	43
4.3	Návrh na zlepšení Public relations pro občanské sdružení CENTROM	46
5	Závěr.....	49
	Seznam použité literatury	51
	Seznam zkratk	55
	Seznam příloh	
	Přílohy	

1 Úvod

Neziskové organizace jsou organizace, jejichž cílem není dosažení zisku, ale naplnění poslání, které si stanovily. Jejich hlavní náplní je uspokojování zájmů jednotlivců či skupin a to v oblastech kultury, umění, sport, vzdělávání, zdraví, sociálních služeb, ekologie, politiky, náboženství, rozvoje obce, rozvoje bydlení apod.

Předmětem bakalářské práce je public relations a jeho využití v neziskových organizacích. I přesto, že neziskové organizace nedisponují velkým množstvím finančních prostředků, které by mohly vynakládat na své Public relations, je pro ně jejich sebe prezentace velice důležitá. To, jakou image si organizace vytvoří, bude později základem její pověsti a předpokladem pro získání financí z veřejných i neveřejných zdrojů. Právě tyto zdroje umožňují neziskové organizaci činnost, prostřednictvím které se snaží naplňovat své poslání.

Cílem bakalářské práce je na základě analýzy činností a základních nástrojů Public relations občanského sdružení CENTROM, navrhnout možnosti zlepšení Public relations nástrojů. Snahou bude též nalezení možností pro financování public relations v daném občanském sdružení.

Bakalářská práce bude rozdělena do pěti kapitol. První kapitola je úvod, poslední kapitolou je závěr.

Druhá kapitola se bude věnovat teoretickému ukotvení dané problematiky. Bude definován pojem nezisková organizace z pohledů několika autorů, nastíněny základní typy neziskových organizací, přičemž blíže bude představeno pouze občanské sdružení. V druhé kapitole bude také popsáno financování neziskových organizací, a to z důvodu nastínění možných zdrojů příjmů a pozdější možnosti nalezení zdrojů na financování Public relations. Současně bude také definován pojem public relations a jeho podstata. Nastíněny budou také možné komunikační nástroje a kanály, jejichž prostřednictvím může organizace komunikovat jak s veřejností, tak s vlastními zaměstnanci (interní a externí PR). Popsána bude i činnost specialisty na public relations. V neposlední řadě dojde k propojení obou témat, a to v podobě kapitoly Public relations v neziskových organizacích.

Třetí kapitola bakalářské práce se bude věnovat analýze hospodaření neziskové organizace. Pro lepší orientaci bude nejdříve představeno občanské sdružení CENTROM a jeho činnost. Následně bude analyzováno jeho hospodaření, a to ve vybraných pěti letech 2007 – 2011.

Čtvrtá kapitola bude zaměřena na zhodnocení hospodaření občanského sdružení CENTROM. Popsáno bude též současné PR v organizaci a budou navrženy možnosti jeho zlepšení (výchozím bodem bude momentální stav PR a možnosti, které navrhuje odborná literatura). Snahou bude též navrhnout možnosti získání nových finančních prostředků na public relations.

V teoretické části práce bude využívána metoda studia literatury a metoda deskripce. V praktické části bude využita metoda analýzy dat z poskytnutých dokumentů.

Práce bude vycházet z odborné knižní literatury týkající se problematiky neziskových organizací, managementu a Public relations, z aktuálních internetových zdrojů, základních legislativních norem a interních materiálů občanského sdružení CENTROM.

Bakalářská práce se opírá o platnou legislativu k 1. květnu 2013.

2 Teoretická východiska neziskových organizací v České republice

2.1 Vymezení pojmu nezisková organizace

Stejskal (2012) definuje neziskovou organizaci jako organizaci, která není založená za účelem podnikání. Jejím hlavním cílem není dosahování zisku, ale tvorba užitku pro svou hlavní činnost, která je definovaná ve stanovách neziskové organizace. Růžičková (2006) k tomu dodává, neziskové organizace jsou vždy právnickou osobou, mají svého zřizovatele, zakládají se dle různých právních předpisů, a podléhají registraci na místech určených jim zákonem. Neziskové organizace jsou založeny za účelem provozování činnosti ve prospěch toho, kdo měl zájem na jejich zřízení. Ministerstvo financí ČR vymezuje neziskové organizace jako subjekty, které jsou založeny za účelem uspokojování potřeb obecného zájmu, který nemá průmyslovou nebo obchodní povahu; mají právní subjektivitu a jsou financovány převážně státem, regionálními nebo místními orgány nebo jinými veřejnoprávními subjekty.¹

Neziskovou organizaci lze definovat podle několika kritérií. Prvním je druh vlastnictví, kdy nezisková organizace může být státní či nestátní. Dalším důležitým kritériem je zisk, který sice nezisková organizace vytvářet může, ale ne pro jeho přerozdělení mezi vlastníky, správce či zakladatele. Vytvořený zisk vkládá organizace zpět a využívá jej pro svůj rozvoj a k plnění stanovených cílů.² Nezisková organizace nebyla zřízena za účelem podnikání, jejich cílem je uspokojování zájmů, a to buď zájmů státu, společnosti nebo zájmové skupiny. Svou činnost vyvíjí tedy ve prospěch toho, kdo měl zájem na jejich zřízení.³ Pro ilustraci, nezisková organizace zřízená za účelem uspokojování potřeb občanů je zaměřena na oblast vzdělávání, kultury, zdravotnictví, sociální služby, charitu, životní prostředí a veřejnou správu.⁴

Podle Bacuvčíka (2010) musí nezisková organizace splňovat několik kritérií. Jsou to:

1. musí být organizované, tedy určité míry institucionalizované organizace,

¹ MINISTERSTVO FINANCÍ ČR. Neziskové organizace. [online]. Neziskové organizace [4.5.2013] Dostupné z: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/nezisk_organizace.html?year=2011

² BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace: teorie a praxe?* 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 303 s. ISBN 978-80-245-1650-9.

³ RŮŽIČKOVÁ, Růžena. *Neziskové organizace: Vznik, účetnictví, daně.* 11. vyd. Olomouc: ANAG, 2011. 254 s. ISBN 978-80-7263-675-4.

⁴ OTRUSINOVÁ, Milana. *Finanční hospodaření municipálních účetních jednotek.* 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2011, 178 s. ISBN 978-80-7400-342-4.

2. musí být soukromé povahy, to znamená institucionálně oddělená od veřejné správy. Nezisková organizace není tedy součástí ani státní správy ani místní samosprávy, nejsou proto řízeny orgány, ve kterých převládají státní úředníci,
3. nerozděluje zisk, to znamená, že v případě, kdy nezisková organizace nějaký zisk vytvoří, nerozdělí jej mezi své členy či vedení organizace, ale použije jej k dosažení cílů daných posláním organizace.
4. je samosprávná, autonomní, z čehož vyplývá existence vlastní organizační struktury a vnitřních pravidel řízení (nejsou ovládány zvenčí),
5. je dobrovolná, lépe řečeno zahrnuje část dobrovolné činnosti, a to jak při poskytování služeb, tak ve vedení organizace. Prvek dobrovolnosti tedy neznamená, že je organizace financována převážně z dobrovolných příspěvků, nebo že je většina pracovníků tvořena dobrovolníky. Za znak dobrovolnosti lze považovat např. dobrovolnou správní radu.
6. Stejskal (2012) připojuje ještě další charakteristiku, a to veřejnou prospěšnost neziskových organizací. To znamená, že neziskové organizace přispívají k veřejnému dobru a usilují o dobro lidí, skupin či společnosti.

Stejskal (2012) uvádí též několik funkcí, které neziskové organizace plní. Je to:

- funkce ekonomická – neziskové organizace jsou nezanedbatelnou součástí koloběhu výrobních faktorů, zboží a služeb, kdy mohou působit například jako producenti, spotřebitelé statků, zaměstnavatelé apod.;
- funkce sociální – ta zahrnuje funkci servisní (tedy výkon a poskytování specifických statků) a funkce participační (která zahrnuje uspokojování potřeb, sdružování se, aktivní podílení na činnosti dané organizace a zapojování se do života společnosti);
- a funkce politická – která zahrnuje jak funkci ochránářskou (chrání jednotlivce i skupiny před porušováním základních lidských práv) a funkce demokratizační (má tedy mimořádný přínos k rozvoji demokracie, dává lidem možnost ovlivňovat veřejnou politiku i veřejné mínění)

Pro doplnění je dobré nastínit také vztahy a procesy probíhající mezi neziskovými organizacemi a ostatními sektory, tedy státem (vládou), soukromým ziskovým sektorem a domácnostmi. Nejsnáze lze charakterizovat vztah mezi vládou a neziskovým sektorem. Tento vztah může mít podobu transferů finančních zdrojů, formu dotací, grantů, či nepřímý vztah v podobě daňových úlev a osvobození. Mimo jiné má však stát vliv na neziskové

organizace prostřednictvím celé řady regulačních opatření. Vztah soukromého ziskového sektoru a neziskového sektoru může mít dvojí podobu, a to buď podobu sponzorství, nebo si naopak mohou být oba typy organizací vzájemnými konkurenty a to jak v provozované činnosti, tak v možnostech získávání zdrojů z veřejných rozpočtů. Do činnosti neziskových organizací jsou zaangažovány také domácnosti, resp. neformální sektor. Jsou totiž jednak zásobníkem peněžních prostředků, ale především dobrovolníků, bez jejichž participace by se nemohl neziskový sektor plně rozvinout. Neformální sektor stojí také v roli klienta, který služby nabízené třetím sektorem nakupuje a spotřebovává, platí členské či uživatelské poplatky a především přispívá svými daněmi.⁵

Hlavním cílem neziskové organizace je, jak z výše uvedeného vyplývá, uspokojování zájmů jednotlivců či skupin. Úkolem manažera organizace je potom transformace tohoto cíle, nebo též poslání, do jednotlivých specifických cílů. Každá nezisková organizace tak směřuje k nějakému stavu v budoucnosti. Nemá-li organizace zformulované vyhraněné poslání, neví, kam z dlouhodobého pohledu směřuje a jaký účel vlastně plní.⁶ Pro správné stanovení poslání a cílů organizace je třeba určit cílové skupiny, potažmo podporovatele organizace. Organizace musí mít jasno v tom, kdo přesně tvoří cílové skupiny a podporovatele, jak jsou tyto skupiny velké, jaké jsou jejich základní potřeby a co tyto skupiny skutečně chtějí. Cílovou skupinu můžou tvořit jak přímí klienti, tak nepřímí klienti (např. rodinní příslušníci klientů), dále zaměstnanci, dobrovolníci a členové statutárních orgánů. Mezi podporovatele spadají členové statutárních orgánů, management organizace a další zaměstnanci, dobrovolníci, dárci, sponzoři, zakladatelé, média, skupiny veřejnosti, které činnost organizace přímo ovlivňuje, dodavatelé služeb, spolupracující domácí i zahraniční subjekty a subjekty veřejné správy. Čím konkrétnější je analýza cílové skupiny a podporovatelů, tím lépe může propracovat svou nabídku a tím vyšší jsou její šance na úspěch.⁷ S problematikou stanovování cílů souvisí i problémy s měřením a vyhodnocováním výkonnosti organizace. Spousta organizací působících v neziskovém sektoru mívá tendenci neklást na výkonnost a výsledky organizace velký důraz. Neziskové organizace by se ale neměly spokojit pouze s uspokojením potřeb klientů (i přesto, že je to jejich hlavním cílem), měly by však současně jakožto efektivní instituce vytvářet poptávku. A to proto, že vynakládají peníze dárců a jsou tak zodpovědní za

⁵ HYÁNEK, Vladimír. *Neziskové organizace: teorie a mýty*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011. 132 s. ISBN 978-80-210-5651-0.

⁶ BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace: teorie a praxe?* 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 303 s. ISBN 978-80-245-1650-9.

⁷ ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*, 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4040-9.

jejich efektivní vynaložení, což je možné jen za předpokladu zvyšování výkonnosti organizace. Tímto se dostáváme k problematice, jak výkonnost organizace posuzovat. Na rozdíl od komerčního sektoru, kde je hlavním ukazatelem efektivnosti zisk, posuzují neziskové organizace svou efektivnost a výkonnost vzhledem k cílům, které si stanovily. Výkonná nezisková organizace je tedy jednoduše řečeno ta, která naplňuje své předem stanovené specifické cíle.⁸

V České republice působí neziskové organizace dle Vašítkové (2008) nejčastěji v oblasti:

- kultury a umění (divadla, muzea, časopisy, knihy, historické a kulturní společnosti apod.),
- sport a rekreace (tělovýchovné organizace, sportovní kluby, dětské tábory apod.),
- vzdělávání a výzkum (od předškolní výchovy po vysoké školy, výzkumné ústavy, vzdělávání dospělých, sdružení rodičů a přátel školy atd.),
- zdraví (nemocnice, rehabilitační zařízení, lékařská pohotovost, domácí ošetření atd.),
- sociální služby (péče o mládež, péče o rodinu, služby handicapovaným, pomoc uprchlíkům a lidem bez domova, útulky apod.),
- ekologie (ochrana životního prostředí, ochrana živočichů, zvířat a divoké přírody atd.),
- rozvoj obce a bydlení (hasiči, organizace podporující zaměstnanost, komunitní aktivity, společenské rozvojové aktivity atd.),
- ochrana práv a obhajoba zájmů (právní poradenství, organizace hájící lidská práva a práva menšin, ochrana spotřebitele apod.),
- politika (politické strany, politická hnutí atd.),
- náboženství (kostely, mešity, synagogy, místa pro bohoslužby apod.),
- mezinárodní aktivity (výměny přátelských a kulturních programů, mezinárodní mírová podpora, podpora lidských práv atd.),
- profesní a pracovní vztahy (profesní komory a odborové organizace).

2.1.1 Právní formy neziskových organizací

Typů neziskových organizací je velké množství. V následujícím textu budou jednotlivé typy pouze stručně charakterizovány, zřetel bude brán na občanské sdružení, které bude předmětem další části práce.

⁸ BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace: teorie a praxe?* 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 303 s. ISBN 978-80-245-1650-9

- Zájmová sdružení právnických osob – jsou zakládána buď k ochraně zájmů svých členů, nebo k dosažení jiného účelu. Jak z názvu vyplývá, členy mohou být pouze právnické osoby;
- občanská sdružení – jsou samostatnou právnickou osobou, jejími členy mohou být jak fyzické, tak právnické osoby. Občanská sdružení bývají zakládána s různým zaměřením, např. na ochranu přírody, provozování sportu, zájmové činnosti dětí a mládeže, kultury, vzdělání apod. (více v další kapitole);
- politické strany a politická hnutí – jedná se o dobrovolné sdružení fyzických osob starších 18 let. Politické strany a hnutí jsou právnickými osobami, které nesmí provozovat podnikatelskou činnost, mohou však založit obchodní společnost v oborech vyjmenovaných zákonem (př. provozování publikační a propagační činnosti, výroba a prodej předmětů propagujících činnost strany);
- registrované církve a náboženské společnosti – jedná se o dobrovolné společenství osob s vlastní strukturou, orgány, vnitřními předpisy, náboženskými obřady a projevy víry, založené za účelem vyznávání určité náboženské víry a s tím spojené bohoslužby, shromažďování, vyučování a duchovní služby. Církve a náboženské společnosti jsou právnickými osobami;
- nadace či nadační fondy – jsou účelová sdružení majetku, zřízené za účelem dosahování obecně prospěšných cílů. Zřizují se vždy jako právnické osoby. Činnost nadací je zaměřena na rozvoj duchovních hodnot, ochranu lidských práv či jiných humanitních hodnot, ochranu přírodního prostředí, kulturních památek a tradic, rozvoj vědy, vzdělání, tělovýchovy a sportu;
- obecně prospěšné společnosti – jsou právnické osoby založené za účelem poskytování obecně prospěšných služeb. Fungují především v oblasti sociální, školství, zdravotnictví a kultury;
- veřejné vysoké školy – jejich činnost a organizace je upravena vnitřními předpisy, státní orgán může zasahovat do jejich činnosti pouze na základě a v mezích zákona;
- příspěvkové organizace zřízené organizační složkou státu – vykonávají činnosti definované zvláštním zákonem nebo zřizovací listinou. Dále pak hospodaří s peněžními prostředky přijatými ze státního rozpočtu, s prostředky z fondů, s peněžitými dary od fyzických či právnických osob, s peněžitými prostředky ze samosprávných celků, státních fondů, prostředky z rozpočtu Evropské unie, Národního fondu apod.

- a mnoho dalších.⁹

Občanské sdružení

Občanská sdružení představují nejrozšířenější právní formu neziskové organizace, jejichž činnost je upravena zákonem o sdružování občanů č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů, dle kterého se mají občané právo svobodně se sdružovat, zakládat spolky, společnosti, svazy, hnutí, kluby a jiná občanská sdružení a odborové organizace a sdružovat se v nich.¹⁰ Občanské sdružení musí splňovat podmínku nenáboženského, nepolitického a nepodnikatelského sdružení, které svou činností nepopírá ani neomezuje osobní, politická nebo jiná práva občanů pro jejich národnost, pohlaví, rasu, původ, politické nebo jiné smýšlení, náboženské vyznání a sociální postavení.¹¹ Podíváme-li se na právní vymezení, občanským sdružením se podle § 2 téhož zákona rozumí spolek, svaz, společnost, hnutí, klub či jiné podobný útvar, ve kterém se občané svobodně sdružili, ne však za účelem vytvoření politické strany, církevní společnosti nebo za účelem podnikání. Členství v občanském sdružení je založeno na principu dobrovolnosti, nikdo nemůže být ke sdružování nucen, ani být trestán za to, že je členem sdružení, či že se podílí na činnosti sdružení. Členy občanských sdružení mohou být jak právnické tak fyzické osoby.¹² Občanské sdružení vzniká na základě registrace, která je podávána ministerstvu vnitra České republiky. Takto vzniklé sdružení je podle § 2 odstavce jmenovaného zákona právnickou osobou (má právní subjektivitu) a může být dále členěno na organizační jednotky. K zániku sdružení dochází dobrovolným rozpuštěním nebo sloučením s jiným sdružením, nebo pravomocným rozhodnutím ministerstva o jeho rozpuštění.¹³

⁹ ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4040-9.

¹⁰ Zákon č. 83 ze dne 1. května 1990 o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů. § 1. Dotupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=38419&fulltext=&nr=83~2F1990&part=&name=&rpp=15#local-content>

¹¹ MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. Občanské sdružení [online]. MVČR [12. 1. 2013]. Dostupné z: https://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&ved=0CEEQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.mvcr.cz%2Fsoubor%2Fmanual-sdruzeni-pdf.aspx&ei=9WU3UfujD9Ha4QSp6YCADg&usq=AFQjCNGgUdXNmWYjyvgMdwncH3nXiqn-w&sig2=_OZPjmqipXw3CifXmrOso&bvm=bv.43287494,d.bGE

¹² Zákon č. 83 ze dne 1. května 1990 o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů. § 1. Dotupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=38419&fulltext=&nr=83~2F1990&part=&name=&rpp=15#local-content>

¹³ Zákon č. 83 ze dne 1. května 1990 o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů. § 1. Dotupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=38419&fulltext=&nr=83~2F1990&part=&name=&rpp=15#local-content>

Občanská sdružení jsou zakládána převážně proto, že na rozdíl od občana (jednotlivce), se mohou občanská sdružení účastnit některých správních a jiných řízení, jsou osvobozena od některých správních poplatků (v případě, že jsou zakládána k poskytování obecně prospěšných činností, mají šanci získat granty na podporu své činnosti, jak od soukromých dárců, tak od státních institucí, a mohou být podpůrnou strukturou různých neformálních občanských iniciativ, pro které může například vést transparentní účet a získávat peníze pro jejich činnost.¹⁴

2.1.2 Financování neziskových organizací

Proto, aby nezisková organizace mohla naplňovat své poslání, potřebuje finanční zdroje. Aby tyto zdroje získala, je třeba, aby vy tvářela strategii vedoucí k dlouhodobému zajištění finančních zdrojů. To znamená, že se bude programově obracet na subjekty, které sice nejsou příjemci služeb, které organizace poskytuje, ale ve větší či menší míře se chtějí na jejím poslání podílet. Je tedy důležité, aby tyto subjekty správně pochopily poslání a cíle organizace.¹⁵

Srovnáme-li oblast financování u neziskové organizace a u podnikání, zjistíme, že se liší téměř ve všech směrech. Financování neziskových organizací se od financování podnikání liší jak ve zdrojích, tak také v možnostech odhadování pravděpodobnosti úspěchu. Zatímco podnikatelé jsou schopni odhadovat své budoucí příjmy z prodeje výrobků či služeb ze statistik z předchozích let, z módních trendů a výsledků běžného prodeje, u neziskových organizací všechny tyto statistiky a odhady selhávají. Toto selhání je dáno především závislostí neziskových organizací na dotacích, grantech a darech. Příjmy z prodeje výrobků či služeb ovlivňují budoucí vývoj organizace až na posledním místě. Nezisková organizace také není schopna predikovat příjem a výši dotace, grantu či dar, jelikož na jejich udělení a příjem mají velký dopad externí vlivy, které nelze ovlivnit, jako např. politika, změny v myšlení a následném rozhodování dárců, změny v nařízení úřadů, působení konkurenčních organizací apod.¹⁶ Neziskové organizace proto musí vyvíjet mnoho aktivit v různých směrech, aby upoutaly pozornost třetích stran. Třetími stranami jsou myšleni jak osoby platící nebo přijímající produkt, tak orgány či instituce rozhodující o přidělení finančních prostředků

¹⁴ OBČANSKÁ PRÁVNÍ SEBEOBRAHA. Občanská sdružení – jejich povaha a přednosti, založení občanského sdružení [online]. Právní sebeobrana [12. 1. 2013]. Dostupné z: <http://www.pravnisebeobrana.cz/ob%C4%8Dansk%C3%A1-sdru%C5%BEn%C3%AD-jejich-povaha-p%C5%99ednosti-zalo%C5%BEn%C3%AD-ob%C4%8Dansk%C3%A1ho-sdru%C5%BEn%C3%AD>

¹⁵ BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace: teorie a praxe?* 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 303 s. ISBN 978-80-245-1650-9.

¹⁶ ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace.* 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4040-9.

organizaci, dále nadace, veřejné sbírky a v neposlední řadě jednotlivý dárci. Ať už tyto osoby a instituce využívají produkty a služby neziskové organizace či ne, zajímá je vždy jejich úroveň kvalita, image organizace a společenský přínos její činnosti.¹⁷

Z výše uvedeného vyplývá, že pro neziskovou organizaci je důležitý vícezdrojový charakter financování a každá organizace musí usilovat o optimalizaci dosažitelných finančních zdrojů.¹⁸

První oblastí financování, je veřejné financování, které je zabezpečováno institucemi státní správy a samosprávy. Jedná se zejména o financování z veřejných rozpočtů v rámci státní dotační politiky. Hlavními oblastmi státní dotační politiky vůči neziskovým organizacím, kterou schvaluje Rada vlády pro nestátní neziskové organizace, jsou:

- poskytování sociálních služeb,
- ochrana a podpora zdraví,
- ochrana životního prostředí,
- vzdělávání a rozvoj lidských zdrojů,
- rozvoj, podpora a prezentace kultury,
- zapojení do programů Evropské Unie,
- podpora fungující rodiny,
- rozvoj dobrovolnické služby,
- péče o ohrožené a problémové skupiny obyvatel,
- drogová problematika apod.

Je-li posláním neziskové organizace rozvíjení některé z výše uvedených oblastí, může tato organizace počítat s dosažitelností dotací z veřejných zdrojů.¹⁹

Státní dotace jsou poskytovány rezorty jednotlivých ministerstev. Mezi největší poskytovatele v České republice patří Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy ČR, Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR, Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR a Ministerstvo kultury ČR. Dotace z těchto rozpočtů představují pro neziskovou organizaci důležitý finanční zdroj. Tyto prostředky bývají přidělené na specifikovaný účel (jedná se tedy

¹⁷ VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

¹⁸ BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace: teorie a praxe?* 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 303 s. ISBN 978-80-245-1650-9.

¹⁹ BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace: teorie a praxe?* 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 303 s. ISBN 978-80-245-1650-9.

o tzv. účelové prostředky), který je většinou neziskový a veřejně prospěšný. Důležitou podmínkou pro získání dotací z jednotlivých ministerstev je často spolufinancování, tzv. kofinancování, žadatele. Podíl finančních zdrojů poskytnutých ministerstvem je vázán na skutečné výdaje celého projektu. Jsou-li tyto výdaje po ukončení projektu nižší, než byl plánovaný rozpočet, musí být přebytek vrácen příslušnému ministerstvu.²⁰ Dotace a granty samosprávných orgánů jsou vypisovány krajskými a městskými samosprávami v rámci grantových programů na podporu veřejně prospěšné činnosti. V menších městech a obcích mohou místní občanská sdružení podávat žádosti o poskytnutí výpomoci pro svou veřejně prospěšnou činnost přímo na obecní radu. Jednat se však musí jen o peněžní příspěvek.²¹

Veřejné zdroje mohou pocházet i ze zahraničí, a to především z fondů Evropské Unie. Při čerpání z fondů Evropské Unie je důležité, aby projekty napomáhaly k uskutečňování politiky hospodářské a sociální soudržnosti. Žadatelé proto musí znát prováděcí dokumenty operačního programu a řídit se jeho prioritními osami. O udělení finanční podpory z fondů po předložení projektu rozhoduje řídicí orgán operačního programu, kterým je u tematicky zaměřených operačních programů resortní ministerstvo a u územně vymezených operačních programů regionální rada regionů soudržnosti.²² V letech 2007 - 2013 je v České republice využíváno 26 operačních programů, které jsou rozděleny mezi tři cíle politiky hospodářské a sociální soudržnosti.

I. Cíl Konvergence – v centru stojí podpora hospodářského a sociálního rozvoje vyspělých regionů a členských států. V ČR na pod něj spadají všechny regiony soudržnosti s výjimkou hlavního města Prahy. Realizovaný je prostřednictvím osmi tematických operačních programů a sedmi regionálních programů. V České republice připadá na tento cíl 25.89 miliard eur.

a) Tematické operační programy (21,23 miliard eur)

1. OP Doprava
2. OP Životní prostředí
3. OP Podnikání a inovace
4. OP Výzkum a vývoj pro inovace
5. OP Lidské zdroje a zaměstnanost
6. OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost

²⁰ KISLINGEROVÁ, Eva. *Manažerské finance*. 3. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. 811 s. ISBN 978-80-7400-194-9.

²¹ KISLINGEROVÁ, Eva. *Manažerské finance*. 3. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. 811 s. ISBN 978-80-7400-194-9.

²² MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Informace o fondech [online]. Strukturální fondy [10.4.2013] Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Temp/Informace-o-fondech-EU>

- 7. Integrovaný operační program
- 8. OP Technická pomoc
- b) Regionální operační programy (4,66 miliard eur)
 - 1. ROP NUTS II Severozápad
 - 2. ROP NUTS II Moravskoslezsko
 - 3. ROP NUTS II Jihovýchod
 - 4. ROP NUTS II Severovýchod
 - 5. ROP NUTS II Střední Morava
 - 6. ROP NUTS II Jihozápad
 - 7. ROP NUTS II Střední Čechy
- II. Cíl Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost – podporuje regiony, které nečerpají z Konvergence. Spadá zde tedy hlavní města Praha se dvěma operačními programy. Na tento cíl připadá v ČR 0,42 miliardy eur.
 - a) OP Praha Konkurenceschopnost
 - b) OP Praha Adaptabilita
- III. Cíl Evropská územní spolupráce – usiluje o podporu příhraniční, meziregionální a nadnárodní spolupráce regionů. V České republice připadá na tento program 0,39 miliard eur.
 - a) OP Přeshraniční spolupráce ČR - Bavorsko
 - b) OP Přeshraniční spolupráce ČR - Polsko
 - c) OP Přeshraniční spolupráce ČR - Rakousko
 - d) OP Přeshraniční spolupráce ČR - Sasko
 - e) OP Přeshraniční spolupráce ČR - Slovensko
 - f) OP Meziregionální spolupráce (všechny státy EU, Norsko a Švýcarsko)
 - g) OP Nadnárodní spolupráce (ČR, Rakousko, Polsko, část Německa, Maďarsko, Slovinsko, Slovensko, část Itálie a z nečlenských zemí část Ukrajiny)
 - h) Síťový operační program ESPON 2013 (všechny členské státy, Norsko, Švýcarsko, Lichtenštejnsko, Island, kandidátské státy EU)
 - i) Síťový operační program INTERACT II (všechny členské státy).²³

Finance z neveřejných zdrojů pocházejí od individuálních dárců (tuzemských i zahraničních), firemních dárců a tuzemských a zahraničních nadací. Pro poskytování těchto

²³ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Operační programy 2007 - 2013. [online]. Strukturální fondy [10.4.2013] Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Programy-2007-2013>

zdrojů je však důležitý nejen předkládaný projekt, ale také image organizace, formy kontaktování poskytovatelů těchto zdrojů a vzájemná komunikace mezi partnery.²⁴ To je zajišťováno v rámci PR organizace, které bude popsáno v další kapitole.

2.2 Public relations

Druhým definovaným pojmem je pojem Public relations (dále jen „PR“). Překlad tohoto termínu z angličtiny označuje public relations jako vztah s veřejností. I když je tento překlad správný, nevystihuje plnou šíři a podstatu PR a jeho činnosti.²⁵ Přesněji bychom public relations mohli definovat jako: „dialog mezi organizací a skupinami, které rozhodují o úspěchu či neúspěchu organizace“.²⁶ Tyto skupiny mohou jak pomáhat organizaci v dosahování jejich cílů, tak ji v tom bránit. Typickými skupinami, se kterými PR pracovníci spolupracují, jsou aktivistické skupiny, místní komunity, dárci, investoři, potenciální zaměstnanci, zaměstnanci, partneři, dodavatelé, vládní, zákonodárné a kontrolní instituce, zákazníci a v neposlední řadě novináři, kteří ovlivňují všechny výše zmíněné skupiny. Podle zaměření na klíčové skupiny lze dále rozlišovat community relations (pro komunikaci s místními komunitami), investor relations (pro komunikaci s investory), tzv. interní komunikaci se zaměstnanci, university relations (pro komunikaci s potenciálními zaměstnanci), tzv. lobbying (sloužící ke komunikaci se zákonodárci a státními úředníky), či media relations (označující komunikaci s médii). Cílem dialogu mezi jednotlivými skupinami a organizací by mělo být vzájemné pochopení a následná dlouhodobá a úspěšná existence organizace v jejím prostředí.²⁷ K tomu, aby dialog mezi organizací a skupinami byl úspěšný, využívá organizace celou řadu technik a aktivit, ovlivňující mínění klíčových aktérů. PR tak do značné míry určuje to, jak bude firma, úřad, instituce nebo veřejně činná osoba vnímána veřejností či zájmovými skupinami. Hlavním nástrojem PR sloužícímu k přenosu sdělení jsou v dnešní době masová média, představující klíčový komunikační kanál moderní společnosti, a to především díky možnosti zprostředkování identického obsahu velkému množství příjemců.²⁸ Termín public relations tedy na jedné straně jednoznačně označuje nepřetržité vztahy, které jsou veřejné (ve smyslu otevřené a volně přístupné), na druhé straně

²⁴ BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace: teorie a praxe?* 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 303 s. ISBN 978-80-245-1650-9.

²⁵ FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění.* 3. vyd. Praha: Grada, 2012. 224 s. ISBN 978-80-247-3926-7.

²⁶ KARLÍČEK, Miroslav a Petr KRÁL. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu.* 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-3541-2.

²⁷ KARLÍČEK, Miroslav a Petr KRÁL. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu.* 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-3541-2.

²⁸ FTOREK, Jozef. *Public relations a politika.* 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 192 s. ISBN 978-80-247-3376-0.

však slovo public může znamenat určitou širokou skupinu nebo veřejné mínění, což naznačuje důležitost většinového názoru a představy konsenzu či rozdílných názorů.²⁹

Podstatu public relations můžeme vyvodit ze tří východisek, kterými jsou veřejné mínění, image a corporate identity. Veřejné mínění je charakteristické svými prvky subjektivnosti, přibližnosti a dojmovosti. Nejedná se o přesné rozumové poznání, ale o odraz současných názorů, postojů a nálad veřejnosti, které jsou dány společenským zájmům, znalostí a tradic. Jeho vztah k PR je zásadní, jelikož PR usiluje právě o vytvoření pozitivního obrazu o sobě v představách veřejnosti. Image pak spojuje všechny představy jedince nebo skupiny veřejnosti o určitém předmětu mínění a to ať už se jedná o subjekty nebo objekty (například osoby, organizace, instituce, firmy a jejich aktivity určené pro veřejnost apod.). Jedním z cílů PR je tedy vytvoření dlouhodobě dobré pověsti o subjektu nebo objektu. Dobrou image organizace nevytváří jen PR, ale také corporate identity, což je dlouhodobé formování vize organizace s trvalejší jistotou v proměnlivých podmínkách. Nejde však jen o koncipování vize, ale především její realizaci a současné podchycení a ovlivnění všech faktorů, které image společnosti formují. K tomu je nutné promyšlené a jednotné vystupování organizace na veřejnosti.³⁰ PR však neznamená pouhou propagaci organizace, PR je především nositelem změny, která s sebou přináší analýzy nově se objevujících problémů, které by mohly organizaci jakýmkoli způsobem ovlivnit. V tomto případě je cílem PR komunikace a výměna myšlenek buď jako reakce na změnu nebo jako snaha změnu přivodit³¹.

2.2.1 Komunikační nástroje a kanály

Jak už bylo zmíněno výše, PR představuje soubor technik a aktivit sloužících k ovlivňování mínění, tedy vytváření souhlasu. Nejpoužívanějším nástrojem k přenosu sdělení, ovlivňování mínění a formování souhlasu jsou v dnešní době masová média, představující klíčový komunikační kanál moderní společnosti. Jejich hlavní předností je zprostředkování identického zážitku milionům příjemců. Současně mají silný vliv na formování společenského povědomí a mínění, určují, o čem lidé přemýšlejí a často i to, jak ve výsledku jednají. Z tohoto a dalších důvodů jsou masmédia předmětem zásadního zájmu PR specialistů. V komunikaci s médii se osvědčují a využívají techniky a metody sdělení jako:

²⁹ L'ETANG, Jacquie. *Public relations: Základní teorie, praxe, kritické přístupy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 344 s. ISBN 978-80-7367-596-7.

³⁰ SVOBODA Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

³¹ L'ETANG, Jacquie. *Public relations: Základní teorie, praxe, kritické přístupy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 344 s. ISBN 978-80-7367-596-7.

- tisková zpráva je nejčastěji využívaná forma informačního výstupu PR určená redakcím masových médií a jejich prostřednictvím veřejnosti. Její text bývá zpravidla psán zpravodajskou formou v novinářském stylu, to znamená, že nejdůležitější fakta jsou uvedena úvodu zprávy a následována doplňujícími informacemi. Důležitou součástí zprávy je titulek, podnadpis, citace klíčových osob, jméno autora a kontakt. Tisková zpráva přináší interpretace v zájmu těch, kteří ji vydávají, proto bývá postoj novinářů k těmto zprávám dosti skeptický. Proto, aby tisková zpráva novináře zaujala, musí splňovat alespoň některé z jejich potřeb (aktuálnost zpráv, přínos nových skutečností, společenský význam, skandální odhalení, konflikt apod.). Novináři tiskovou zprávu buď převezmou v původním znění, nebo provedou drobné změny a předají veřejnosti.³² Důležité je také správné načasování vydání zprávy, nejlépe k datu konání události. Zpráva vydaná v předstihu působí dojmem slibujícím něco, co ještě neexistuje, a na avizovanou událost se tak rychle zapomene, naopak potom zpráva vydaná příliš pozdě po ukončení akce je zastaralá a média o ní často nejeví zájem. Správný čas na vydání zprávy je tedy na uvážení managementu a doporučení agentury. Vhodné je také přizpůsobit formu zprávy právě probíhajícímu období. V klidném období by měly tiskové zprávy novináře inspirovat a vyvolávat v nich zájem o danou problematiku, v náročnějším období by měly sloužit především k rychlému doplnění informací k aktuálním tématům.³³ Pro zajištění většího zájmu o tiskovou zprávu, jak na straně novinářů, tak na straně čtenářů, je vhodné připojit ke zprávě fotografii. To, jaký druh fotografie zvolit se odvíjí od typu média, kde chceme zprávu zveřejnit (př. pro specializovaná média, specializované oddíly novin a podobně je vhodné využít statické portréty osob či fotky výrobku, pro zpravodajství je vhodnější reportážní foto apod.). Důležité je také připojit k fotografii popisek. Tisková informace může být produkována jak v tištěné, tak v elektronické podobě.³⁴
- Dalším možným nástrojem komunikace je tisková konference, která je vhodná především pro veřejné oznámení nových skutečností většímu množství médií najednou. Tisková konference je vhodnou příležitostí, jak představit významné projekty, programy nebo počiny organizace, které samy o sobě nedokážou vyvolat zájem médií. Současně se představí významné osobnosti managementu či významné

³² FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění*. 3. vyd. Praha: Grada, 2012. 224 s. ISBN 978-80-247-3926-7.

³³ VĚRČÁK, Vladimír a Jana GIRGAŠOVÁ. *Media relations není manipulace*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 136 s. ISBN 80-86119-43-2.

³⁴ POSPÍŠIL, Pavel. *Efektivní public relations a media relations*. 1. vyd. Computer Press, 2002. 154 s. ISBN 80-7226-823-6.

osobnosti organizace, které zde mohou zodpovědět dotazy různých médií najednou.³⁵ Tiskové akce je třeba plánovat dostatečně dopředu, aby novináři měli možnost zorganizovat si svůj čas a skutečně přišli. Pro pozvání je možné využít jak tištěnou formu pozvánky, tak email, či zveřejnění pozvánky na webu organizace. Jako místo konání mohou být zvoleny hotelové salóanky, kavárny, restaurace, nebo i netradiční místa, jako jsou golfové hřiště, motoristické okruhy, bowlingové herny a podobně, slibující novinářům kromě informací i mimořádný zážitek.³⁶ Pro samotnou tiskovou konferenci je třeba též připravit tiskové materiály, které zpracovávají většinou pracovníci PR oddělení. V případě větších konferencí je také vhodné zpracovat scénář průběhu akce.³⁷

- Jako další nástroj lze využít rozhovor, který bývá iniciován zástupci sdělovacích prostředků. Tato setkání mohou být buď nepřípravená, kdy redaktor či štáb přijede do organizace a čeká okamžitou reakci zástupce firmy na téma či otázku. Tímto způsobem bývají připravovány zpravodajské reportáže pro televizní stanice. Aby zástupce firmy mohl reagovat takto pod tlakem, musí k tomu být trénován. Reagovat v těchto situacích nebývá snadné. Přesto, že mají zaměstnanci skvělé informace, neumí je často srozumitelně sdělit. Druhou možností osobních setkání, jsou řízené rozhovory, kdy redaktor předem zavolá, sdělí téma a sjedná si termín a místo schůzky.³⁸ V tomto případě má zaměstnanec čas na zajištění podkladů a promyšlení svého projevu. Mluvčí se tak může zaměřit na předávání informací vyvolávajících pozitivní, věcný a vyvážený ohlas na to, co bude publikováno. Cílem řízeného rozhovoru je především získání určité formy souhlasu publika a jeho „žádoucího“ informování.³⁹
- V posledních letech se ve velké míře rozšiřuje názor, že nástroje PR by měly být šité na míru („tailor made“). Na místo mediálních kompozic proto nastupují stále častěji flexibilní a dynamické systémy, které dokážou přizpůsobovat styl komunikace danému publiku. A právě tato kritéria splňuje event marketing neboli organizování

³⁵ FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění*. 3. vyd. Praha: Grada, 2012. 224 s. ISBN 978-80-247-3926-7.

³⁶ POSPÍŠIL, Pavel. *Efektivní public relations a media relation.*, 1. vyd. Computer Press, 2002. 154 s. ISBN 80-7226-823-6.

³⁷ SVOBODA Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

³⁸ VĚRČÁK, Vladimír a Jana GIRGAŠOVÁ. *Media relations není manipulace*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 136 s. ISBN 80-86119-43-2.

³⁹ SVOBODA Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

událostí.⁴⁰ Jedná se o zinscenování zážitků, které mají vyvolat psychické a emocionální podněty podporující image firmy a její produkty. Hlavním cílem je dlouhodobé udržení vztahů mezi firmou a cílovými skupinami. Přípravě každé události předchází poznání potřeb, chování a přání cílové skupiny. Těmto ukazatelům je pak přizpůsoben obsah a komunikační rovina celé události. Síla event marketingu spočívá v jedinečnosti a neopakovatelnosti, které je dosahováno využíváním multimediálních prostředků vzbuzujících emocionální zážitky. Výrobky a služby organizace jsou v dané chvíli jen vedlejším produktem, podstatnějším pro cílovou skupinu je akce sama. Akce jsou organizovány především pro zákazníky s cílem zintenzivnit komunikaci směřující od organizace k zákazníkovi. Praxe ukazuje, že čím vyšší je možnost zákazníka aktivně se podílet na dané události, tím úspěšnější je jeho zapamatování značky či produktu. Celá akce tak vyžaduje pečlivou dramaturgii, zajímavý scénář, bezchybné provedení a následní vyhodnocení dopadů akce. Celkový účinek event marketingu zvyšuje jeho kladné hodnocení v médiích.⁴¹ Příkladem akcí pořádaných neziskovými organizacemi mohou být osvětové kampaně, výstavy, benefiční koncerty, sportovní akce, prodejní trhy, veřejné sbírky apod.⁴²

- V dnešní moderní době nelze opomenout sílu tzv. nového média, tedy internetu. Jeho největší předností je schopnost kombinovat dříve neslučitelné vlastností, jako je globální dosah s vysokou hustotou lokálních příjemců, možnost okamžitého elektronického nasazení s velmi levným přístupem k vysílání apod. Internet tak postupně přebírá funkce klasických kanálů, jako jsou tisk, rozhlas a televize. Organizace využívají internet v rámci public relations především pro tvorbu webových stránek. Chceme-li vymezit internet jako prostředek PR, je třeba vymezit jej jako médium umožňující slučovat všechny druhy komunikace s veřejností – reklamu, marketing, public relations, žurnalistiku. Svědčí o tom i vzhled samotných webových stránek, na kterých najdeme jak profil organizace, ročenky, informace o výrobcích a službách, tiskové informace pro média apod.⁴³ Chce-li organizace zaujmout na cílového zákazníka i na internetu, je třeba precizně zpracovat webové stránky, na kterých nesmí chybět kontakt na PR oddělení, tiskové zprávy, historie firmy,

⁴⁰ SVOBODA Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

⁴¹ PŘÍKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ. *Moderní marketingová komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 320 s. ISBN 978-80-247-3622-8.

⁴² ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4040-9.

⁴³ SVOBODA Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

struktura managementu, investoři, výroční zprávy a obrázky (v náhledovém rozlišení, popř. v rozlišení pro tisk). Důležité je taky nepodcenit možnost komunikace se zákazníky přímo na internetu. Pro tyto případy je vhodné umožnit čtenářům diskutovat k tématům, či možnost interaktivní komunikace se zřizovateli webu.⁴⁴ Po vytvoření webu se mnoho organizací potýká s problémem přilákání návštěvníků. Klíčem je zajištění dostatečné publicity a přitažlivosti webu, aby se na něj návštěvníci rádi vraceli. Průzkumy ukazují, že uživatelé rychle opouštějí webové stránky, které nesplňují jejich očekávání, a celé dvě třetiny z nich se na ně už nikdy nevrátí. Proto musí organizace vytvářet stránky přehledné a čitelné a neustále je aktualizovat, aby byly pro návštěvníka nové a atraktivní. To však bývá pro organizaci finančně velice náročné.⁴⁵

Pokud se podíváme na specifika webových stránek neziskové organizace, je třeba si v první řadě uvědomit, že nezisková organizace, která nemá webové stránky, jako by nebyla. Bez nich je totiž velmi obtížné budovat značku, dobré jméno a image organizace. Webová stránka je totiž velmi často prvním místem, kde se s ní člověk setká. Důležité je, aby organizace nezapomněla na to, že web je jedním z hlavních nástrojů sloužícím k posílení transparentnosti a důvěryhodnosti. Aby se tak stalo, měla by nezisková organizace zveřejnit na svých stránkách mimo jiné výroční zprávu obsahující finanční zprávu, informace o lidech v organizaci a kontakty na ně, reference dárců, klientů a významných osob nebo dodavatelů, se kterými spolupracuje, ocenění nebo certifikace, které získali, výsledky soutěží, kterých se zúčastnili, členství v mezinárodních a domácích síťových organizacích, odkazy na články nebo reportáže v médiích, které se o organizaci objevily, etický kodex organizace, možnosti, jak mohou lidé činnost organizace podpořit apod. Stejně jako u jiných typů organizace platí možnost využití webu jako komunikačního nástroje, možnost vytvoření diskusních fór či chráněných zón pouze pro přihlášené klienty.⁴⁶

2.2.2 Public relations specialista

Pro výkon PR v organizaci bývá většinou určený vnitřní subjekt (pracovník, popřípadě útvar s různým pojmenováním) a to především z toho důvodu, že PR pracovníci pracují především s vnitřními a do určité míry důvěrnými záležitostmi organizace. PR může však

⁴⁴ POSPÍŠIL, Pavel. *Efektivní public relations a media relations*. 1. vyd. Computer Press, 2002. 154 s. ISBN 80-7226-823-6.

⁴⁵ KOTLER, Philip a kol. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

⁴⁶ ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4040-9.

kromě formy „in house“, tedy vnitřními pracovními silami, realizována také formou „out house“ pracovníků, tedy formou outsourcingu, kdy dojde k zadání práce externí firmě.⁴⁷

V případě „in house“ pracovníků se může jednat buď o tiskového mluvčího, nebo pracovníka PR oddělení. Role tiskového mluvčího zahrnuje vedení tiskových konferencí, přípravu tiskových zpráv, monitoring médií, starost o image firmy a zaměstnanců. V ideálním případě je tiskový mluvčí i ředitelem komunikace a členem užšího vedení podniku nebo organizace, formuluje komunikační strategii podniku a aktivně ji realizuje. V každém případě by měl mít k dispozici maximum informací o chodu organizace, aby dokázal adekvátně a operativně reagovat na dotazy veřejnosti a médií.⁴⁸ Druhou možností „in house“ pracovníků, jsou pracovníci PR oddělení a marketingu. Tito pracovníci jsou přímo součástí managementu firmy, ve větších firmách mohou mít i své vlastní oddělení. Jejich prací je zajišťovat PR služby, nebo připravovat podklady pro práci PR agentur. Úkolem těchto pracovníků tedy není vystupování v médiích, tuto funkci přebírají ředitelé, vybraní odborníci firmy nebo PR agentury. V druhém případě, tedy v případě „out house“ pracovníků, se vždy jedná o pracovníky mimo organizaci.⁴⁹ PR agentury se využívají ve firmách či organizacích, které nemají vlastní oddělení vztahů s veřejností, nedisponují dostatečnými zdroji nebo know-how pro účinné řešení komunikačních situací.⁵⁰ PR agentury jsou tvořeny týmy odborníků, kteří poskytují jak poradenství a konzultace, tak vykonávají předběžné PR služby (buď zastupují neexistující Interní oddělení PR firmy, nebo jsou nápomocní tomuto oddělení či stiskovému mluvčímu). Poslední zmíněnou oblastí jsou externí konzultanti, tedy odborníci na volné noze, kteří poskytují především poradenství a konzultace v oblasti vytváření mediálního obrazu.⁵¹

Srovnáme-li výhody a nevýhody „in a out house“ zaměstnanců, interní zaměstnanci mají výhody v dokonalé znalosti prostředí firmy a jsou lépe připraveni odpovídat na otázky novinářů. Znájí jak cíle a kulturu, tak fungování podniku a dokáží se lépe orientovat a předvídat problémy. Jejich nevýhodou však může být přílišné vtažení do vnitřního života firmy, což snižuje jejich objektivnost a zvyšuje snahu posuzovat vše v zájmu organizace. Oproti tomu předností PR agentur je schopnost nezávisle a nezájatě jednat na profesionální

⁴⁷ SVOBODA Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

⁴⁸ FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění*. 3. vyd. Praha: Grada, 2012. 224 s. ISBN 978-80-247-3926-7.

⁴⁹ VĚRČÁK, Vladimír a Jana GIRGAŠOVÁ. *Media relations není manipulace*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 136 s. ISBN 80-86119-43-2.

⁵⁰ FTOREK, Jozef. *Public relations a politika*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 192 s. ISBN 978-80-247-3376-0.

⁵¹ VĚRČÁK, Vladimír a Jana GIRGAŠOVÁ. *Media relations není manipulace*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 136 s. ISBN 80-86119-43-2.

úrovni, k čemuž jim dopomáhají i zkušenosti z jiných firem. Dobře také znají prostředí médií, se kterými udržují dlouhodobé vztahy. Mezi jejich nevýhody patří někdy zdlouhavé pronikání do struktury a fungování organizace, která si jejich služby objednala. V mnoha případech proto využívají organizace spolupráce mezi vlastními pracovníky PR a externí agenturou, čímž předejdou mnohým nevýhodám. Může zde však dojít k situaci, kdy díky velkému množství lidí zajišťující PR dochází často k nedorozumění, informačním šumům a komunikace mezi oběma články tak ztrácí na efektivitě.⁵² Jedním z modelů, jak rozdělit práci mezi vlastní PR oddělení a agenturu, je ponechat samotnou komunikaci s médii vnitrofiremním pracovníkům, a agentuře přenechat méně strategické a více výkonné úkoly, jako je organizace tiskových konferencí, akcí pro obchodní partnery, monitoring médií či sestavování tiskových zpráv.⁵³

Pokud se podíváme na konkrétnější popis činnosti PR pracovníka, pak základním předpokladem pro výkon práce je znalost Public a Media Relations, měl by vědět, co tato práce obnáší a znát základní pravidla komunikace. Výhodou je schopnost psát texty bez gramatických a stylistických chyb. Měl by se umět vyjadřovat jasně, srozumitelně, ovládat strukturu některých žurnalistických žánrů a na tomto základě přizpůsobit text podle toho, zda se jedná o tiskovou zprávu, rozhovor, komentář apod. Jelikož se PR pracovník často nachází pod velkým tlakem, je třeba, aby byl schopen zvládat a komunikovat ve stresových situacích. Současně je důležité, aby si udržoval široký přehled v oblasti politické, kulturní i ve společenském životě.⁵⁴ Každý PR pracovník musí tedy neustále monitorovat tisk, musí být schopen rychlé zpětné vazby, mít přehled o aktivitách konkurence a na základě tohoto být schopen účinně komunikovat s tiskem. Další důležitou činností PR pracovníků je vykonávání mediálního auditu, tedy zpětného monitoringu tiskových zpráv za delší i kratší časový úsek, sledování reklamních výstupů konkurence za uplynulé období a další marketingové aktivity zaměřené na veřejnost, které následně zpracuje do stručné analýzy. Podíváme-li se konkrétněji alespoň na jednu z možných funkcí, které může PR pracovník zastávat a specifické schopnosti s ní spojené, můžeme si vzít jako příklad tiskového mluvčího. V případě této funkce je vhodné, aby pracovník měl novinářskou průpravu a pokud možno,

⁵² VĚRČÁK, Vladimír a Jana GIRGAŠOVÁ. *Media relations není manipulace*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 136 s. ISBN 80-86119-43-2.

⁵³ POSPÍŠIL, Pavel. *Efektivní public relations a media relations*. 1. vyd. Computer Press, 2002. 154 s. ISBN 80-7226-823-6.

⁵⁴ VĚRČÁK, Vladimír a Jana GIRGAŠOVÁ. *Media relations není manipulace*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 136 s. ISBN 80-86119-43-2.

zastával pouze tuto pozici.⁵⁵ Práce v public relations však trpí nedostatečným vymezením, nejsou stanoveny její jasné hranice a pronikají do ní disciplíny jako je marketing a lidské zdroje. Neexistují zde ani odbory, takže pracovníci mohou být zneužíváni, taktéž regulace je minimální, protože většina lidí pracujících v tomto oboru není členy profesních organizací. Jediné zákonné omezení se týká lobování.⁵⁶

2.2.3 Public relations v neziskové organizaci

Public relations je pro neziskovou organizaci velmi důležité, jelikož obraz, který o sobě prostřednictvím PR vytvoří, je základ její pověsti, reputace a předpokladem možnosti jejího financování z veřejných zdrojů. V podstatě by se dalo také říci, že každá nezisková organizace, která je alespoň částečně financována z veřejných zdrojů, má povinnost komunikovat s veřejností a tak ji umožnit naplnění kontrolní role, kterou disponuje.⁵⁷ Všechny aktivity a činnosti, které nezisková organizace provádí pro svou dobrou pověst, označujeme jako public relations. V praxi to znamená, že pracovníkům se v organizaci líbí, veřejnost si chválí akce organizované neziskovou organizací, účastníci akcí doporučují organizaci svým známým, nezisková organizace je kontaktována médii a jsou od ní žádány odborné údaje a stanoviska, organizace má dlouhodobou spolupráci se svými dodavateli, přibývají individuální dárci, akce pořádané organizací se opakují a stávají se tradicí apod. Všechny tyto činnosti a mnoho dalších lze shrnout do šesti základní oblastí a to jsou:

1. posilování firemní kultury a image organizace,
2. provoz webových stránek,
3. vydávání tištěných materiálů,
4. pořádání akcí,
5. komunikace s důležitými partnery
6. a komunikace s médii.⁵⁸

Komunikace PR specialistů v neziskových organizacích je orientována třemi základními směry: na uživatele služeb, donátory a veřejnost. Z praxe vyplývá, že PR je nejrozšířenější forma marketingové komunikace neziskových organizací, a to zejména proto, že propojuje

⁵⁵ BAJČAN, Roman. *Techniky public relations aneb jak pracovat s médii*. 1. vyd. Management Press, 2003. 148 s. ISBN 80-7261-096-1.

⁵⁶ L'ETANG, Jacquie. *Public relations: Základní teorie, praxe, kritické přístupy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 344 s. ISBN 978-80-7367-596-7.

⁵⁷ BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 2010. 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

⁵⁸ ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2. vyd. Praha: Grada, 2011. 160 s. ISBN 978-80-247-4041-6.

všechny segmenty veřejnosti, které jsou buď potenciálními, současnými nebo budoucími uživateli služeb neziskových organizací, a současně donátory.⁵⁹

Jak z výše uvedeného vyplývá, public relations obsahuje aktivity směřující jak dovnitř (interní PR), tak navenek organizace (externí PR). Tyto směry však nelze navzájem oddělovat, prolínají se totiž navzájem všemi šesti oblastmi.⁶⁰ Interní public relations, označované též jako Human relations, zdůrazňuje pozitivní soulad v organizaci, k němuž dochází tehdy, funguje-li vnitropodniková komunikace. Zanedbaná bývá tato oblast především u vedoucích pracovníků, kteří si často neuvědomují vliv svého názoru, proneseného veřejně, na ostatní zaměstnance organizace. Pro interní PR jsou charakteristické především tyto nástroje:

1. prostředky ústní komunikace – např. rozhovory se zaměstnanci, kvalifikační a hodnotící rozhovory, skupinové pohovory a podniková shromáždění,
2. prostředky písemné komunikace – např. podnikové noviny, brožury pro zaměstnance, podnikový intranet,
3. právně zakotvené prostředky - např. podnikové shromáždění informující o sociální, personální a hospodářské situaci nebo budoucím vývoji podniku,
4. vizuální a audiovizuální prostředky - např. videokazety, nástěnky, tabule,
5. sociální prostředky – podpora zájmů ve volném čase, podnikové jídelny, sociální výpomoc a podnikové zaopatření zaměstnanců ve stáří.⁶¹

Naopak externí PR je zaměřeno na vztahy s vnější veřejností, tedy novináři, médii, zákazníky, dodavateli, úřady, politickými stranami, svazy, bankami, komorami, školami (včetně univerzit), potenciálními pracovníky apod. Čím rozmanitější je subjekt, tím členitější jsou cíle, prostředky a formy využívané PR. Mezi nejvýznamnější nástroje pak patří:

1. osobní kontakty, které při velkém množství informací, kterým je veřejnost vystavena, formují image organizace nejintenzivněji,
2. telefonní rozhovory, které zastupují nejčtenější prostředek komunikace s vnějšími partnery. Protože však akustická rovina hovoru postrádá vizuální gestikulaci

⁵⁹ BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 2010. 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

⁶⁰ ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2. vyd. Praha: Grada, 2011. 160 s. ISBN 978-80-247-4041-6.

⁶¹ SVOBODA Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

a mimiku, je velmi důležité, aby ze strany volajícího nedošlo k žádnému nedorozumění. Nejdůležitějším prvkem telefonního rozhovoru je zdvořilost,

3. účast v pracovních skupinách, odborné přednášky nebo vystoupení, které umožňují organizaci vytváření nových pracovních vztahů, popřípadě utužování vztahů existujících, posilování prestiže organizace apod.⁶²

Mezi nejčastěji využívané prostředky externího public relations patří zejména tiskové materiály a internet. Převážně schopnost internetu zpracovávat písemné informace, variabilně je rozesílat a aktualizovat přináší nebývalé možnosti pro vnější komunikaci organizace.⁶³

V neziskovém sektoru lze identifikovat celou řadu nástrojů, které pomohou při vytváření dobré pověsti organizace. Patří zde například stanovení komunikační strategie, firemní kultura, webové stránky a sociální sítě, tištěné materiály, přímá komunikace s významnými objekty, pořádání akcí, publicita a vztahy s médii.⁶⁴

⁶² SVOBODA Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

⁶³ SVOBODA Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

⁶⁴ ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*, 2. vyd. Praha: Grada, 2011. 160 s. ISBN 978-80-247-4041-6.

3 Analýza hospodaření vybrané neziskové organizace

3.1 Charakteristika vybrané neziskové organizace

K účelům bakalářské práce bude využita nezisková organizace CENTROM. Tato nezisková organizace byla založena v roce 1999 jako občanské sdružení dle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů. Občanské sdružení CENTROM (dále jen „CENTROM“) je právnickou osobou, je dobrovolné, nezávislé a sdružuje členy na základě společného rozhodnutí o naplnění cílů sdružení. Nejvyšší vnitřním předpisem sdružení jsou Stanovy (Příloha č. 1), vymezující formální podmínky pro existenci sdružení a další důležité informace. Ve stanovách jsou uvedeny také základní údaje o organizaci, jako je název, sídlo, identifikační číslo, poslání organizace, členství, práva a povinnosti členů organizace a podmínky hospodaření sdružení.

Ve stanovách je také vymezen cíl a předmět sdružení. Cílem občanského sdružení CENTROM je napomáhat odstraňování bariér mezi majoritní společností a etnickými minoritami na Ostravsku, podpora rodin s dětmi a dalších sociálně ohrožených skupin obyvatelstva. Tento účel naplňuje zejména poskytováním sociálních služeb, vytvářením a realizací projektů zaměřených na sociální bydlení, pořádáním vzdělávacích aktivit a dalšími aktivitami vedoucími k odstranění rasové nesnášenlivosti. Mezi poskytované aktivity občanského sdružení CENTROM patří výchova, vzdělávání, zábava, sportovní a kulturní aktivity apod. (Příloha č. 1) V roce 2007 získalo sdružení registraci po zákona 108/2006 Sb., o sociálních službách, ve znění pozdějších předpisů, ke čtyřem sociálním službám, konkrétně k sociálně aktivizačním službám pro rodiny s dětmi (odděleně byl registrován provoz specializované mateřinky a program sociálního bydlení s doprovodným programem, jako dvě samostatné služby), provoz Nízkoprahového zařízení pro děti a mládež a odborné sociální poradenství. V souladu s tímto cílem je poskytováno též sociální bydlení, výkon činnosti správce objektů určených k bydlení, jsou poskytovány možnosti dočasného ubytování, osobní a sociální služby poskytované za účelem uspokojení potřeb jednotlivců. V současné době (2013) působí organizace na území statutárního města Ostravy, především v městských obvodech Vítkovice, Radvanice, Bartovice, Moravská Ostrava a Přívoz a Slezská Ostrava. K naplňování cílů spolupracuje CENTROM se státními orgány a organizacemi, s orgány místní samosprávy a s neziskovými organizacemi v České republice i v zahraničí.⁶⁵

⁶⁵ CENTROM. Výroční zpráva 2011 [online]. Centrom [8. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/Vyrocn%C3%AD%20zprava%202011.pdf>

Z pohledu projektů jich realizoval CENTROM za dobu své existence několik.

- V letech 2000 – 2001 realizovalo sdružení projekty v oblasti sociální péče o romskou komunitu se zaměřením na děti.
- V letech 2002 – 2004 se CENTROM zapojil do vytváření Komunitního plánu Statutárního města Ostravy.
- V roce 2005 zahájila organizace projekt „Sociální bydlení s doprovodným sociálním programem“, původně ve 4 bytech v ulici Sirotčí v Ostravě – Vítkovicích, koncem roku pak dokončilo sdružení rekonstrukci domu na ulici Sirotčí 45, který je v tomto projektu klíčový. V témže roce došlo ke zprovoznění Nízkoprahového centra pro děti a mládež, jehož součástí je také specializovaná mateřinka.
- V letech 2006 a 2007 byl realizován projekt v rámci Operačního programu Rozvoj lidských zdrojů: „Podpora pracovních míst, poradenství a motivační aktivity CENTROM“. Smyslem projektu bylo poskytování odborného poradenství klientů z řad dlouhodobě nezaměstnaných a o realizaci rekvalifikačního kurzu pro terénní sociální pracovníky.
- V roce 2010 se organizace rozšířila o pobočku v Ostravě – Radvanicích, kde začala poskytovat sociální služby. Nově také odkoupila dům na ulici Sirotčí a získala tak možnost bydlení pro další klienty.⁶⁶
- V roce 2011 se organizace soustředila na projekt bydlení s doprovodným sociálním programem. Nadále pokračují práce s předškolními i školními dětmi a mládeží v Nízkoprahovém zařízení a práce s dospělými v rámci odborného sociálního poradenství.⁶⁷

V současné době (2013) se tedy organizace zaměřuje především na projekt třístupňového bydlení. V rámci tohoto konceptu se vychází z rozdělení bydlení na tři stupně. Nejnižší třetí stupeň zahrnuje ubytovny či nevyhovující byty (přelidněné, hygienicky závadné či jinak nevyhovující prostory), v nich členové cílové skupiny bydlí. Druhý stupeň již představuje bydlení kvalitativně vyšší, většinou se jedná o bydlení s podnájemní smlouvou na dobu určitou. Tento stupeň tvoří mezistupeň mezi bydlením v nevyhovujícím bytě a bytě s nájemní smlouvou. Prvním stupněm bydlení je pak bydlení s nájemní smlouvou. Občanské sdružení

⁶⁶ CENTROM. Historie organizace [online]. Centrom [8. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/Vyrocn%C3%AD%20zprava%202011.pdf>

⁶⁷ CENTROM. Výroční zpráva 2011 [online]. Centrom [8. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/Vyrocn%C3%AD%20zprava%202011.pdf>

CENTROM se zaměřuje především na budování druhého stupně bydlení. Jde o byty, které jsou ve vlastnictví statutárního města Ostrava nebo společnosti RPG byty, s.r.o., které organizaci byty pronajímají. Obyvatelé bytů pak získávají statut podnájemníka se smlouvou na dobu určitou. Ta je jim zpravidla prodlužována dle doby, než rodina získá bydlení prvního stupně.⁶⁸

3.2 Analýza hospodaření vybrané neziskové organizace v letech 2007 – 2011

V další části bude popsáno hospodaření organizace v letech 2007 – 2011. Zřetel bude brán na proměnlivost příjmů a výdajů.

Občanské sdružení CENTROM je financováno jak z veřejných, tak neveřejných zdrojů, jejichž výše se každoročně mění. Pravidlem však zůstává, že přibližně 90 % příjmů plyne z veřejných zdrojů.

Veřejnými donátory jsou Evropská unie (Evropský sociální fond – Operační program lidské zdroje a zaměstnanost, Evropský fond pro sociální rozvoj, Integrovaný operační program), státní rozpočet (Ministerstvo vnitra ČR, Rada vlády ČR, Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR), kraj (dotace plynoucí z Moravskoslezského kraje) a obec (Statutární město Ostrava, Individuální plán rozvoje města). Ostatní (neveřejné) zdroje plynou z dotací soukromých subjektů, např. Nadace OKD.⁶⁹

3.2.1 Rozložení příjmů a výdajů v jednotlivých letech

Nejdříve dojde ke srovnání celkových příjmů a výdajů v jednotlivých letech, dále budou znázorněny zdroje příjmů v každém roce zvlášť.

Finance z přijatých datací i z vlastní činnosti, znázorněné v jednotlivých grafech, byly vždy využity k realizaci jednotlivých projektů (jejich využití je znázorněno v Příloze č. 3). Finance, které organizace převáděla do dalších let, byly buď součástí víceletých dotací (jejich využití tedy bylo již předem určeno) nebo z vlastní činnosti (tyto finance využívala organizace na svůj chod).

⁶⁸CENTROM. Třístupňové bydlení [online]. Centrom [14. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.centrom.cz/index.php/tristupnového-bydlení>

⁶⁹CENTROM. Kdo nás podporuje [online]. Centrom [8. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/index.php/kdo-nas-podporuje>

Tab. 3.1 Znázornění celkových příjmů a výdajů v jednotlivých letech

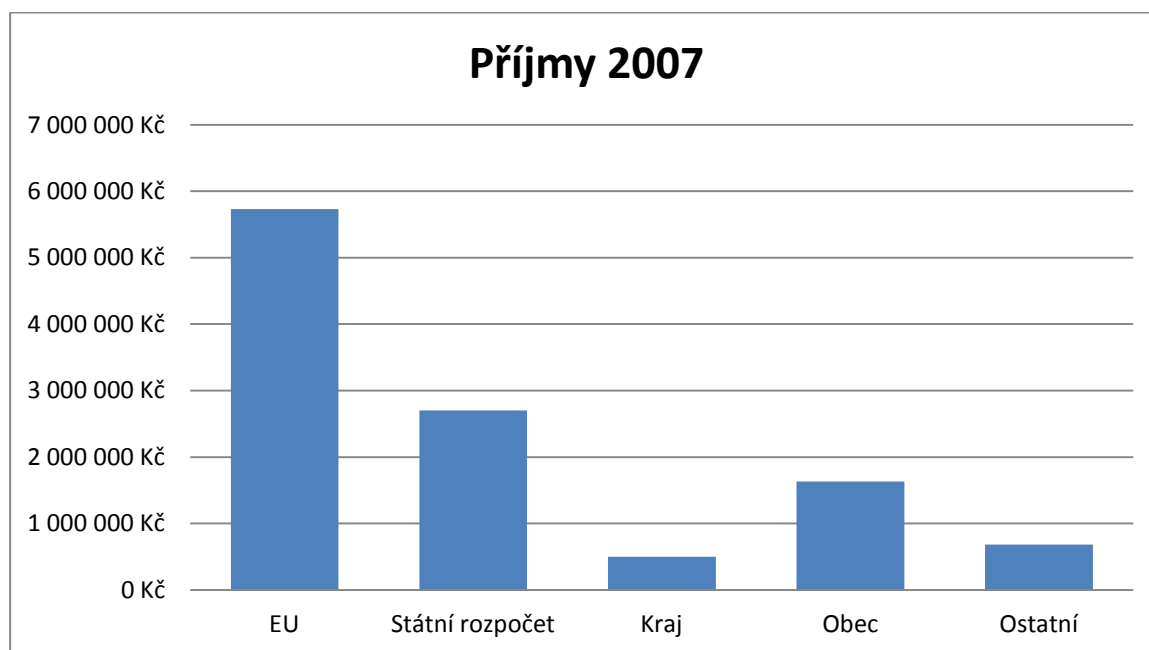
	Příjmy	Výdaje	Rozdíl*
2007	11 247 000	9 121 000	1 879 000
2008	10 237 000	9 691 000	223 000
2009	8 008 000	7 969 000	-
2010	13 661 000	13 661 000	235 000
2011	15 503 000	15 503 000	-

*Z rozdílů mezi příjmy a výdaji jsou odečteny peníze vrácené donátorovi. Zdroj: Interní materiály občanského sdružení CENTROM. Vlastní zpracování.

Jak je z tabulky 3.1 patrné, příjmy občanského sdružení CENTROM v letech 2007 – 2009 měly klesající charakter, přesto je organizace nebyla schopna vyčerpat v plné výši a nevyčerpané částky byly vráceny jednotlivým donátorům. Částky, které si nezisková organizace převáděla do dalších let, jsou určeny na financování víceletých projektů (byly tedy profinancovány v dalších letech), popřípadě na vlastní chod organizace. Klesající charakter příjmů je dán především nižšími dotacemi z veřejných zdrojů. Nárůst příjmů, zaznamenaný od roku 2010, je dán především rozšířením činnosti organizace o projekt třístupňového propustného bydlení.

Rozložení zdrojů v roce 2007

Graf 3.1 Původ a výše příjmů v roce 2007

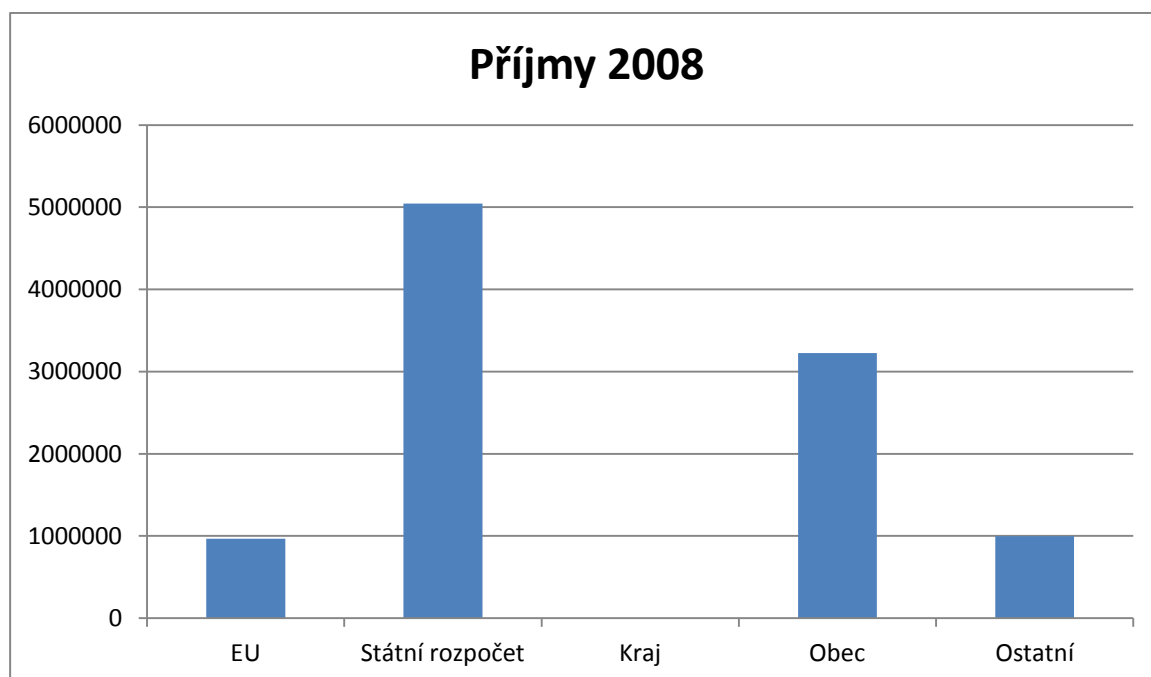


Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM 2007. Vlastní zpracování.

Z grafu 3.1 je zřejmé, na veřejném financování se podíleli jak Evropská unie, stát, kraj i obec. Z Evropské unie byly finance čerpány z Evropských sociálních fondů – Operačního programu lidské zdroje a zaměstnanost a Společného regionálního operačního programu. Dotace z Evropské unie současně tvořily největší podíl příjmů občanského sdružení CENTROM (5.733.000 Kč, tedy necelých 51 % z celkových příjmů). Druhou největší položku činí dotace ze státního rozpočtu, konkrétně Ministerstva práce a sociálních věcí ČR a Rady vlády ČR (2.701.000 Kč/ 24 % z celkových příjmů). V dotacích plynoucích z obce jsou zahrnuty dotace poskytnuté Magistrátem města Ostravy a Úřadem městského obvodu Vítkovice (1.630.000 Kč/ 14 % z celkových příjmů). Nejmenší podíl příjmů plynul z Moravskoslezského kraje, který poskytl na činnost organizace 500.000 Kč, tedy 4 % z celkových příjmů. Na činnost organizace přispěly také soukromé subjekty, a to formou sponzorských darů. Dalším příjmem organizace plynuly z pronájmu bytů v rámci projektu „Sociální bydlení s doprovodným sociálním programem“. U dotace, které nebyly v roce 2007 profinancovány a nebyly určeny k víceletému využití, musely být neprofinancované částky vráceny donátorovi. Konkrétně se jednalo o dotace z Moravskoslezského kraje („Rozšíření systému sociálního bydlení na území města Ostravy o bydlení s asistencí sociálního pracovník“), Ministerstva práce a sociálních věcí („Podpora poskytování sociálních služeb“), Rady vlády (Sociální poradenství a služby sociální prevence) a Společného regionálního programu („Komplexní systém sociální péče CENTROM II“). U víceletých dotací došlo k převodu neprofinancovaných částek do dalšího období, konkrétně v případě projektu Podpora pracovních míst, poradenství a motivační aktivity, který byl vyhlášen v rámci Operačního programu lidské zdroje a zaměstnanost K převodu financí došlo též v případě systému komplexní sociální péče CENTROM II, financovaného ze Strukturálních fondů EU, Evropského sociálního fondu, státního rozpočtu ČR a rozpočtu Moravskoslezského kraje. (Detailní přehled o výši dotací a donátorech nabízí Příloha č. 2, Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů je součástí Přílohy č. 3)

Rozložení zdrojů v roce 2008

Graf 3.2 Původ a výše příjmů v roce 2008



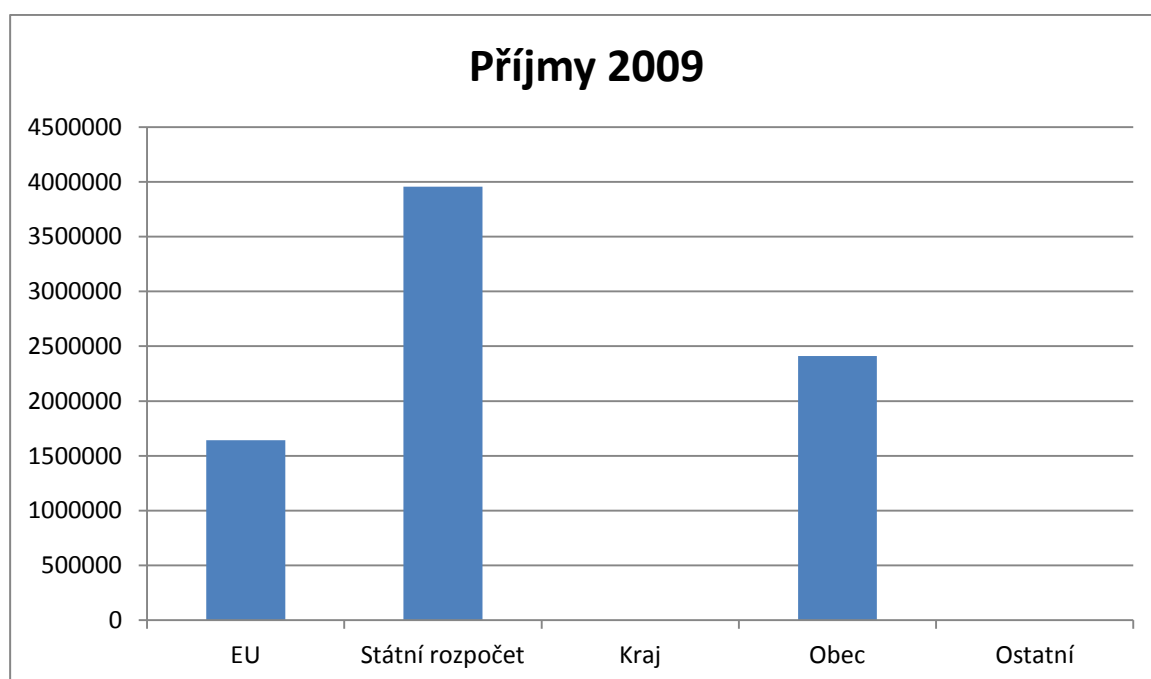
Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM 2008. Vlastní zpracování.

Z grafu 3.2 je patrné, že příjmy z veřejných rozpočtů opět převyšují neveřejné příjmy (veřejné příjmy 93%, neveřejné příjmy 7%). V roce 2008 patřily k největším donátorům stát a obec. Dotace z Evropské unie činily v tomto roce pouze 967.000 Kč. Jedná se o dotace, které byly poskytnuty již v roce 2007, v roce 2008 byla pouze profinancována zbylá část. Další dotace, např. v rámci realizace jiných projektů, poskytnuty nebyly. Již zmiňovaný stát se podílel na financování organizace částkou 5.046.000 Kč, stát se tak podílí na rozpočtu sdružení 49% celkových příjmů. Finance ze státního rozpočtu byly poskytnuty Ministerstvem práce a sociálních věcí, Ministerstvem vnitra, Radou vlády pro záležitosti romské komunity a Úřadem práce. Obec se v tomto roce přispěla na činnost organizace částkou 3.227.000 Kč, prostřednictvím dotací z Magistrátu města Ostravy a z rozpočtu Statutárního města Ostrava. Další příjmy plynuly z Nadace OKD (částka však byla čerpána v plné výši až v roce 2009) a z pronájmu bytů. Kraj se v tomto roce na financování organizace nepodílel. Neprofinancované části dotací byly opět vráceny donátorům, tentokrát ve výši 323.000 Kč.⁷⁰ (Detailní přehled o výši dotací a donátorech nabízí Příloha č. 2, Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů je součástí Přílohy č. 3)

⁷⁰ CENTROM. Výroční zpráva 2008 [online]. Centrom [12. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/vz/VZ2008.pdf>

Rozložení zdrojů v roce 2009

Graf 3.3 Původ a výše příjmů v roce 2009



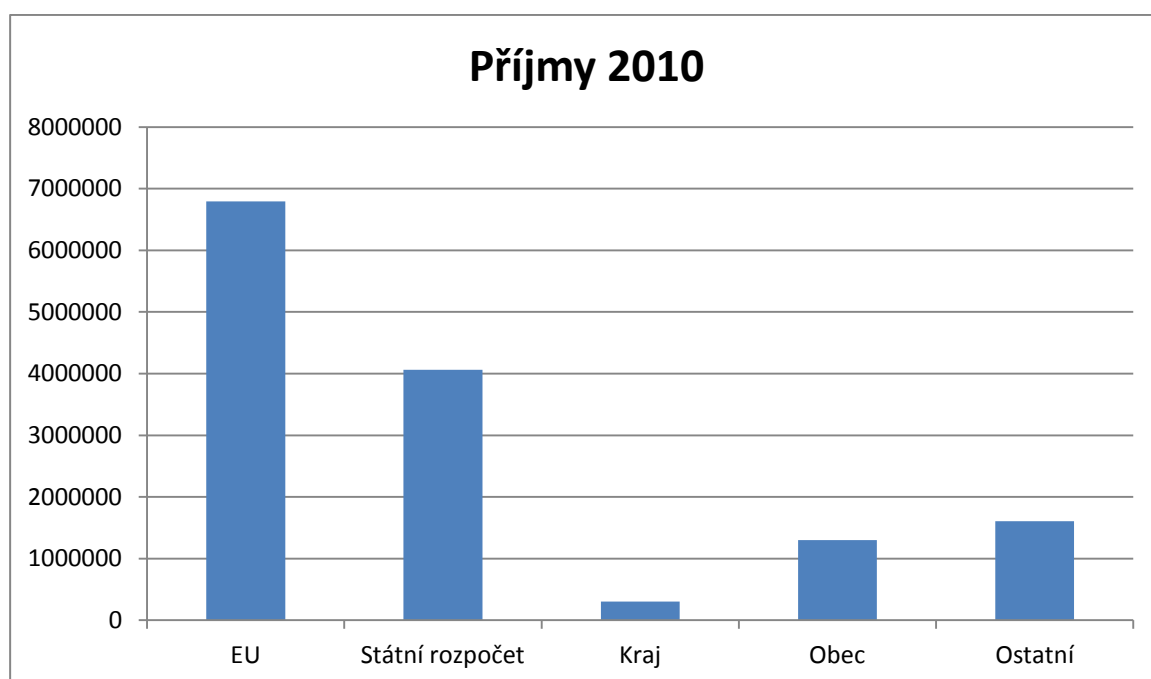
Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM 2009. Vlastní zpracování.

Jak znázorňuje graf 3.3, v roce 2009 vytvářely nejvyšší podíl příjmů zdroje ze státního rozpočtu. I jejich výše se však v tomto roce snížila a to o více než milion korun. Na velkém většině projektů se podílelo Statutární město Ostrava, konkrétně na projektech týkající se bydlení, provozu specializované mateřinky, odborného sociálního poradenství a zdravotně sociální pomoci. Úřad městského obvodu Vítkovice poskytl navíc účelový finanční dar ve výši 26.000 Kč. V tomto se došlo k získání nových dotací z Evropských sociálních fondů ve výši 1.641.000 Kč. V rámci stejného projektu byly dotace čerpány i v roce 2010, jejich celková výše však není určena předem, jelikož u projektu nedochází k předfinancování. Kraj se na financování organizace v tomto opět nepodílel, sdružení současně neobdrželo ani finanční dary z neveřejných subjektů, došlo pouze k čerpání dotace poskytnuté v minulém roce Nadací OKD. Podíváme-li se na meziroční srovnání příjmů ve sledovaných pěti letech, je rok 2009 rokem nejnižších příjmů. I přesto nedošlo k využití dotací v plné výši a 39.000 Kč bylo vráceno donátorům.⁷¹ (Detailní přehled o výši dotací a donátorech nabízí Příloha č. 2, Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů je součástí Přílohy č. 3)

⁷¹ CENTROM. Výroční zpráva 2009 [online]. Centrom [12. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/vz/VZ2009.pdf>

Rozložení zdrojů v roce 2010

Graf 3.4 Původ a výše příjmů v roce 2010



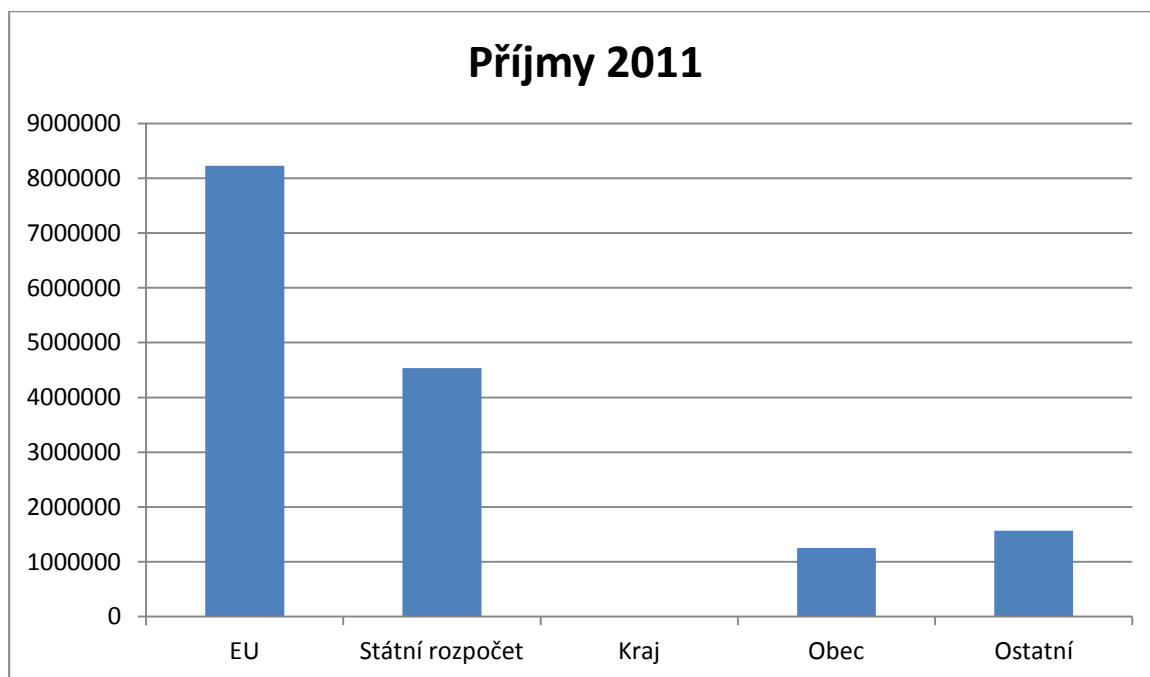
Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM 2010. Vlastní zpracování.

V roce 2010 došlo k výraznému zvýšení příjmů organizace a to o více než 5 milionů korun, což znázorňuje graf 3.3. Výrazně se zvýšily dotace ze sociálních fondů Evropské Unie, které poskytly dotace v celkové výši 6.795.000 Kč. Tento příliv nových peněz souvisel s rozšířením poskytovaných služeb a přípravou projektu třístupňového propustného bydlení (projekt „publikace a aplikace programu bydlení“). Dotace měly opět víceletý charakter. Příjmy ze státního rozpočtu zůstali přibližně ve stejné výši, jejich velká většina však byla poskytnuta opět na připravující se realizaci projektu třístupňového bydlení a dalších sociálních služeb, souvisejících s rozšířením působnosti organizace a vytvořením nové pobočky v Ostravě – Radvanicích. V tomto roce získala organizace po dvou letech opět dotaci z krajského úřadu, a to na provoz specializované mateřinky pro děti s kumulací hendikepů. Výše dotace činila 300.000 Kč. Na rozvoji nových projektů se podílelo také město, které na ně přispělo finanční částkou v celkové výši 1.300.000 Kč. Dotace byly poskytnuty především na projekt propustného bydlení, dále na provoz Nízkoprahového centra a další sociální služby. Finance města sloužily také k úhradě úroků z poskytnutých úvěrů na předfinancování projektů dotovaných Evropskou Unií, čerpány však byly až v roce 2011. Sdružení získala v tomto roce také dotace z neveřejných zdrojů. Jednalo se o dotace z Nadace OKD a o finanční dar akciové společnosti CAMPA NET. Do rozpočtu organizace plynuly též příjmy z pronájmu bytů. Díky

koupi dalšího domu na ulici Sirotčí získala organizace možnost bydlení s nájemní smlouvou pro další klienty.⁷² (Detailní přehled o výši dotací a donátorech nabízí Příloha č. 2, Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů je součástí Přílohy č. 3)

Rozložení zdrojů v roce 2011

Graf 3.5 Původ a výše příjmů v roce 2011



Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM 2011. Vlastní zpracování.

Jak je zřejmé z grafu 3.4, rok 2011 byl ze sledovaných let rokem nejvyšších příjmů. Nejvyšší podíl plynul opět z fondů Evropské Unie a státního rozpočtu. V rámci evropských sociálních fondů docházelo k čerpání víceletých dotací, poskytovaných od roku 2010. Stěžejní oblastí se stal projekt třístupňového bydlení, který byl od tohoto roku plně realizován. Organizace rozšířila oblast působení z původních Vítkovic a Radvanic o další oblasti v Radvanicích a započala svou spolupráci na tomto projektu se společností RPG byty s.r.o. V rámci státního rozpočtu plynuly peníze směrem k organizaci především z Ministerstva práce a sociálních věcí, a to především do projektů týkajících se sociálního bydlení. Do stejné oblasti směřovaly i dotace ze Statutárního města Ostravy. Kraj se na financování opět nepodílel. V roce 2011 však došlo ke zvýšení příjmů z neveřejných zdrojů, a to jak ve formě darů, určených na opravy bytů, tak se s rostoucím počtem nájemních bytů zvýšily i příjmy

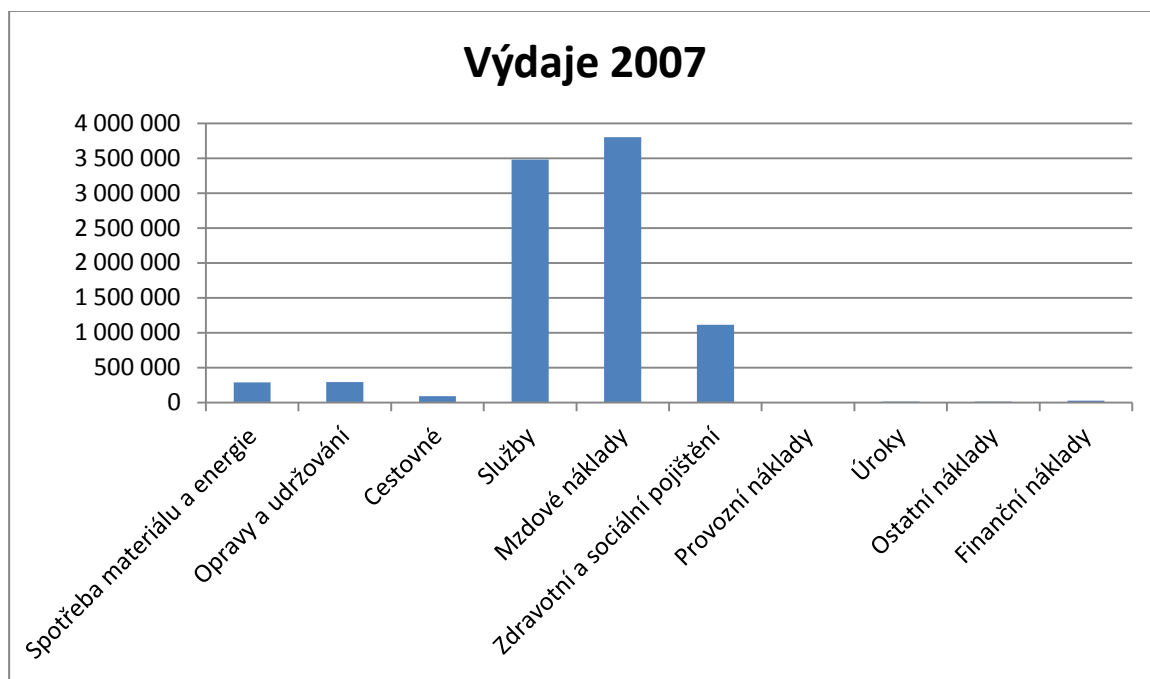
⁷² CENTROM. Výroční zpráva 2010 [online]. Centrom [12. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/vz/VZ2010.pdf>

z pronájmu.⁷³ (Detailní přehled o výši dotací a donátorech nabízí Příloha č. 2, Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů je součástí Přílohy č. 3)

V další části budou analyzovány výdaje v letech 2007 – 2011.

Rozložení výdajů v roce 2007

Graf 3.6 Rozložení výdajů v roce 2007



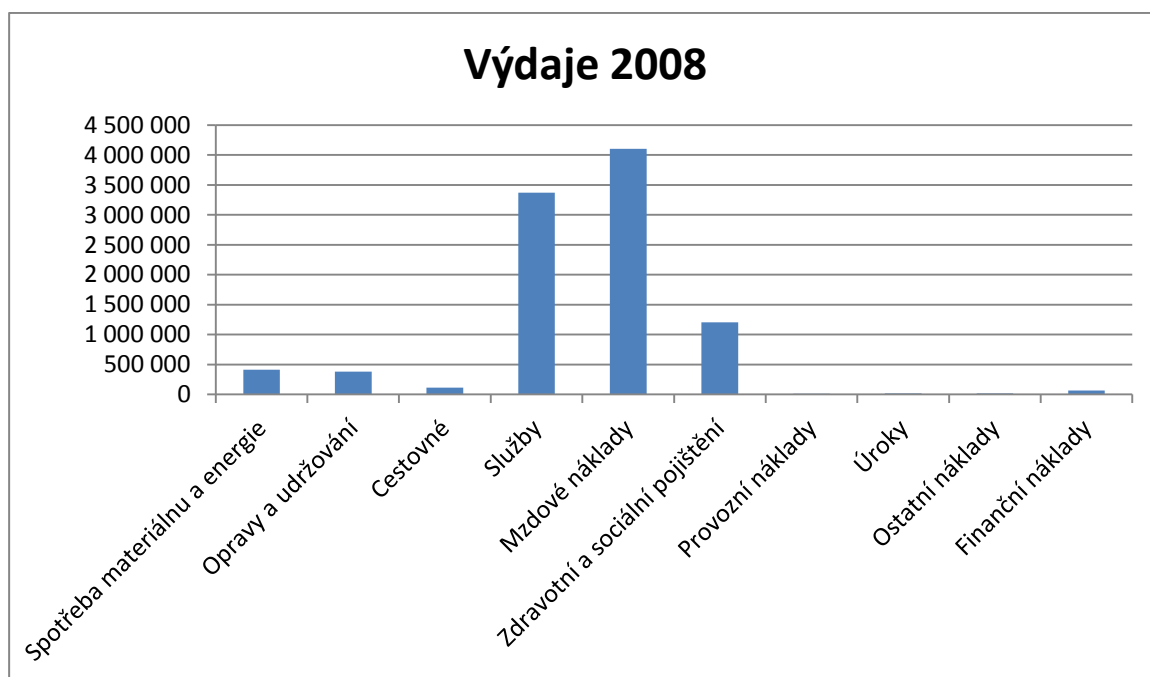
Zdroj: Interní zdroje občanského sdružení CENTROM. Vlastní zpracování.

Celková výše výdajů v roce 2007 činila 9.121.000 Kč. Jak znázorňuje graf 3.6, nejvyšší výdaje představovaly mzdové náklady, jejichž celková výše činila 3.800.000 Kč. Dalším významným výdajem byly výdaje na služby, v celkové výši 3.480.000 Kč. Třetí nejvyšší částkou byly výdaje na zákonné sociální a zdravotní pojištění, jejichž výše činila 1.115.000 Kč. Náklady na spotřebu materiálu a energie (290.000 Kč), opravy a udržování (295.000 Kč), cestovné (90.000 Kč), provozní náklady (6.000 Kč), úroky (12.000 Kč), ostatní náklady (15.000 Kč) a finanční náklady (28.000 Kč) představovaly z celkových výdajů pouhých 8 %. Nerovnost příjmů a výdajů v tomto roce je způsobena převodem peněz z víceletých dotací na další roky. Vytvořený zisk byl využit na financování činnosti organizace.

⁷³ CENTROM. Výroční zpráva 2011 [online]. Centrom [14. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/Vyrocní%20zpráva%202011.pdf>

Rozložení výdajů v roce 2008

Graf 3.7 Rozložení výdajů v roce 2008

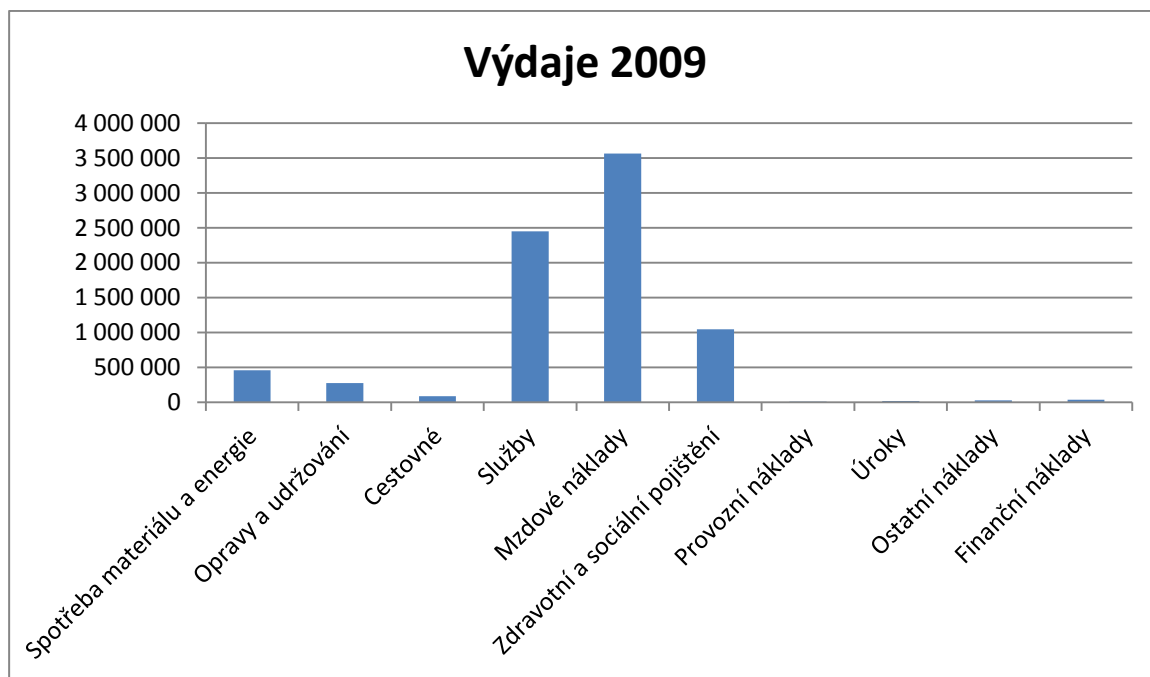


Zdroj: Interní zdroje občanského sdružení CENTROM. Vlastní zpracování.

Celková výše výdajů v roce 2008 činila 9.691.000 Kč, došlo tedy k jejich nárůstu oproti roku 2007 o 570.000 Kč. Jak je zřejmé z grafu 3.7, jejich zvýšení je způsobeno především zvýšením výdajů na mzdy zaměstnanců, jejichž výše činila 4.100.000 Kč (zvýšení o 300.000 Kč) a s tím související zvýšení výdajů na zákonné sociální a zdravotní pojištění. Ke zvýšení došlo také u všech ostatních položek, konkrétně u položky spotřeba materiálu a služeb došlo ke zvýšení o více než 100.000 Kč, u dalších položek došlo sice také ke zvýšení, jeho výše však nebyla tak výrazná. V tomto roce vytvořilo občanské sdružení CENTROM zisk, ve výši 223.000 Kč, který byl opět použit na činnost organizace.

Rozložení výdajů v roce 2009

Graf 3.8 Rozložení výdajů v roce 2009

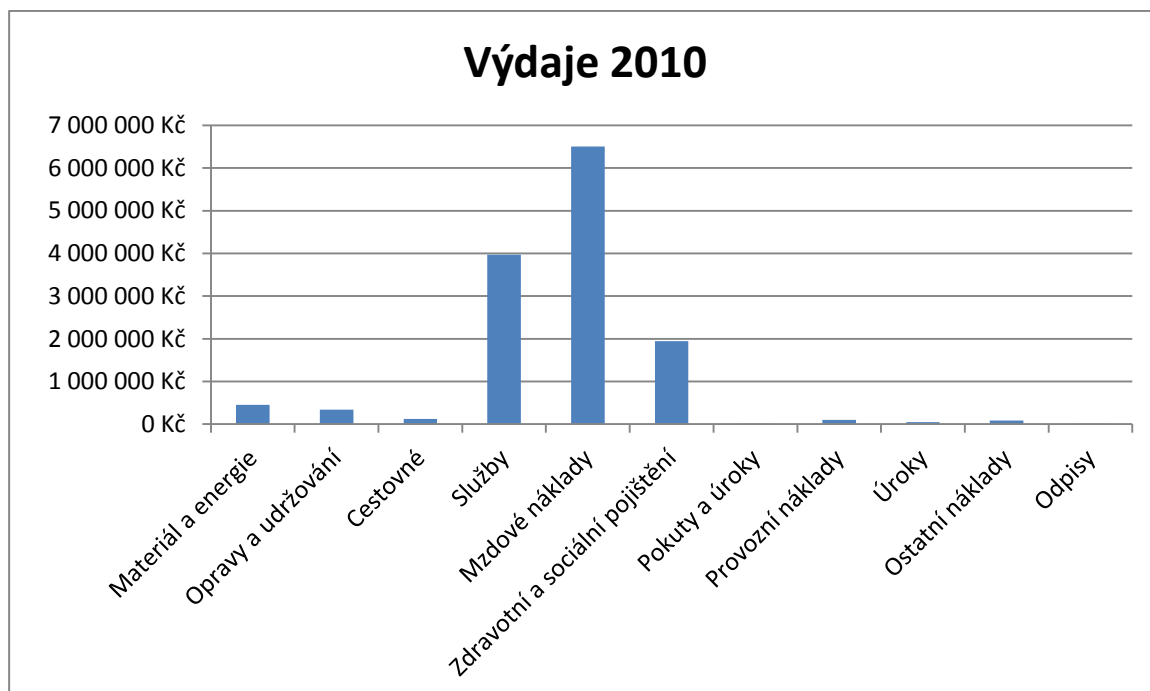


Zdroj: Interní zdroje občanského sdružení CENTROM. Vlastní zpracování.

Z grafu 3.8 je patrné, že v roce 2009 mělo občanské sdružení CENTROM nejnižší výdaje ze všech sledovaných let. Jejich výše byla 7.969.000 Kč, tedy o 1.722.000 Kč nižší než v předchozím roce. Mzdové náklady se dostaly na nižší částku, než byla v roce 2007. K poklesu došlo i u všech ostatních položek, nejvíce u mzdových nákladů. Náklady na opravy a údržbu byly sníženy o více než 100.000 Kč, náklady na cestovné o téměř 30.000 Kč, náklady na služby o 120.000 Kč. Další výrazné snížení nastalo u finančních nákladů, které byly sníženy o téměř 50%. V roce 2010 hospodařila organizace s vyrovnaným rozpočtem.

Rozložení výdajů v roce 2010

Graf 3.9 Rozložení výdajů v roce 2010

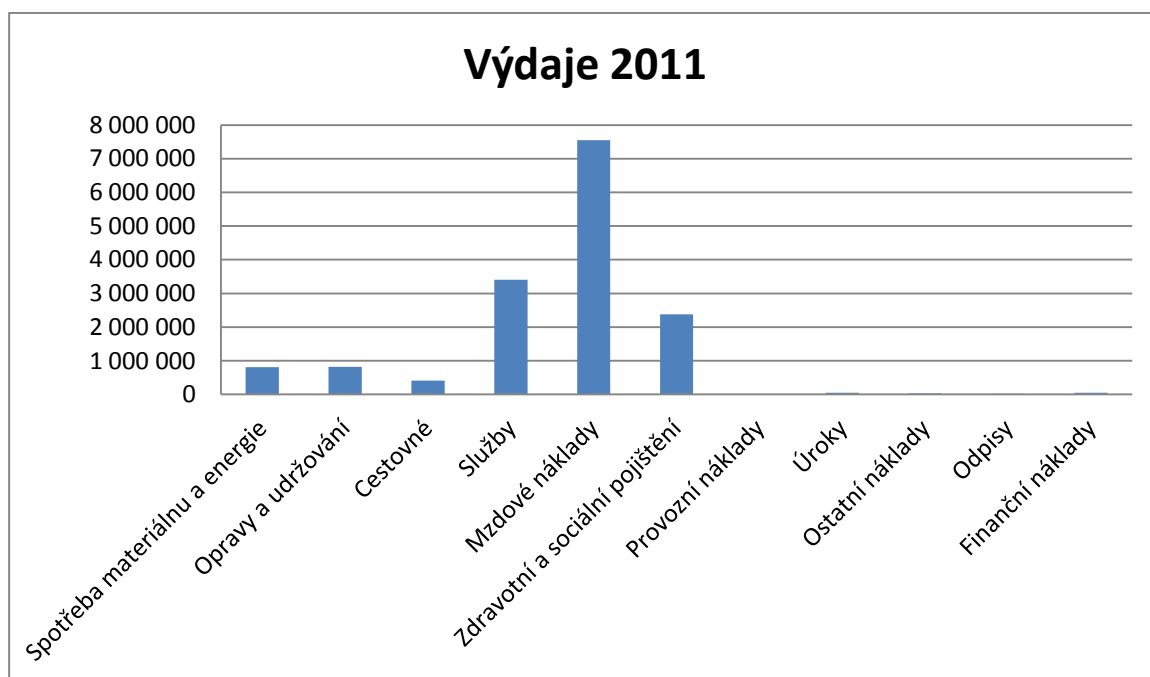


Zdroj: Interní zdroje občanského sdružení CENTROM. Vlastní zpracování.

V roce 2010 byly výdaje organizace 13.661.000 Kč. Z grafu 3.8 je patrné, že nejvyšší výdaje v roce 2010 byly vynaloženy na mzdové náklady, v celkové výši 6.504.000 Kč, druhou nejvyšší položkou byly náklady na ostatní služby (3.968.000). Další nezanedbatelnou položkou na straně výdajů byly výdaje na zdravotní a sociální pojištění, v celkové výši 1.942.000 Kč. Další výdaje představovaly pro rozpočet organizace poměrově mnohem nižší částky, konkrétně výdaje na spotřebu materiálu a energie 448.000 Kč, výdaje na opravy a udržování majetku 340.000 Kč, cestovné 124.000 Kč, pokuty a úroky 2.000 Kč, provozní náklady 102.000 Kč, úroky 43.000 Kč, ostatní náklady 80.000 Kč, odpisy 11.000 Kč a finanční náklady 97.000 Kč. Celková výše výdajů v roce 2010 byla 15.503.000 Kč, organizace tedy hospodařila s nulovým ziskem.

Rozložení výdajů v roce 2011

Graf 3.9 Rozložení výdajů v roce 2011



Zdroj: Interní zdroje občanského sdružení CENTROM. Vlastní zpracování.

Jak znázorňuje graf 3.9, celková výše výdajů činila 15.503.000 Kč. Jak je zřejmé z tabulky 3.1, byly výdaje v tomto roce nejvyšší během pěti sledovaných let. Nejvyšší částka připadla opět na mzdové náklady, které se oproti roku 2010 zvýšily, a to o 1.042.000 Kč. Náklady na služby se však oproti předchozímu roku snížily o více než půl milionu korun. V souvislosti na zvýšení mzdových nákladů došlo také ke zvýšení nákladů na sociální a zdravotní pojištění. V tomto roce došlo také k proměně jednotlivých nákladů. Zvýšeny byly náklady na spotřebu materiálu a energie, na opravy a na cestovné a to o téměř dvojnásobek. Současně došlo ke zvýšení nákladů na úroky, odpisy a zvýšení provozních nákladů, v těchto případech se však jednalo o minimální zvýšení. Sníženy byly ostatní náklady a finanční náklady. I v tomto roce hospodařila organizace s nulovým ziskem.

Vedení účetnictví a daňová zvýhodnění

V rámci hospodaření občanského sdružení bude popsán typ vedení účetnictví a daňová zvýhodnění, týkající se občanského sdružení.

CENTROM účtuje dle vyhlášky č. 504/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, pro účetní jednotky, u kterých hlavním předmětem činnosti není podnikání, pokud účtují v soustavě podvojného

účetnictví.⁷⁴ Občanské sdružení CENTROM je povinno ověřovat svou roční účetní závěrku auditorem, podle zákona č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech, § 19, odst. 2, výše dotací nebo jiných příjmů ze státního rozpočtu, z rozpočtu obce případně z rozpočtu jiného územního orgánu nebo od státního fondu, přesáhla celkový objem v roce, za nějž je účetní závěrka sestavována, 1 milion Kč.⁷⁵

Dále je občanské sdružení CENTROM povinno dle zákona č. 248/1995 Sb. § 21, o obecně prospěšných společnostech, ve znění pozdějších předpisů (dále jen ZOPS), vypracovávat a zveřejňovat výroční zprávu o činnosti a hospodaření v zákonem stanoveném rozsahu a obsahu, a to vždy nejpozději do 6 měsíců po skončení účetního období.⁷⁶

Daňová zvýhodnění vyplývají ze zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů, § 18 odst. 4, podle nějž předmětem daně nejsou:

- příjmy vyplývající z jejich poslání za podmínky, že vynaložené náklady v souvislosti s prováděním těchto činností jsou vyšší.
- příjmy např. z dotací, příspěvků na provoz a jiných podpor ze státního rozpočtu, rozpočtu kraje a rozpočtu obce poskytnutých podle zvláštních právních předpisů,
- příjmy u úroků z vkladů na běžném účtu,
- příjmy z poskytovaných obecně prospěšných činností, pokud dosažené příjmy jsou nižší nebo rovny než související náklady vynaložené na jejich dosažení, zajištění a udržení.

Dále dle § 20 odst. 7 je možno snížit zjištěný základ daně z příjmu až o 30 %, maximálně však o 1.000.000 Kč, použije-li občanské sdružení prostředky získané takto dosaženou úsporou daňové povinnosti ke krytí nákladů souvisejících s činnostmi, z nichž získané příjmy nejsou předmětem daně, a to nejpozději ve třech bezprostředně následujících zdaňovacích obdobích.

Dle zákona č. 357/1992., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí, ve znění pozdějších předpisů, § 20 odst. 4 jsou dary osvobozené od daně darovací za podmínky,

⁷⁴ Vyhláška č. 504 ze dne 6. listopadu 2002 k provedení zákona o účetnictví pro nepodnikatelské subjekty. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=54047&fulltext=&nr=504~2F2002~20Sb.&part=&name=&rpp=15#local-content>

⁷⁵ Zákon č. 248 ze dne 28. září 1995 o obecně prospěšných společnostech a o změně a doplnění některých zákonů. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=43270&fulltext=&nr=248~2F1995&part=&name=&rpp=15#local-content>

⁷⁶ Zákon č. 248 ze dne 28. září 1995 o obecně prospěšných společnostech a o změně a doplnění některých zákonů. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=43270&fulltext=&nr=248~2F1995&part=&name=&rpp=15#local-content>

že bezúplatně nabytý majetek je určen na její činnost vykonávanou v souladu se ZOPS. V případě, že by byl bezúplatně nabytý majetek použit nebo poskytnut na jiné účely než na činnost vykonávanou v souladu se zákonem o obecně prospěšných společnostech, nárok na osvobození zanikne.⁷⁷

⁷⁷ Zákon č. 248 ze dne 28. září 1995 o obecně prospěšných společnostech a o změně a doplnění některých zákonů. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=43270&fulltext=&nr=248~2F1995&part=&name=&rpp=15#local-content>

4 Zhodnocení hospodaření vybrané neziskové organizace a návrh public relations

4.1 Zhodnocení hospodaření

Zhodnocení hospodaření vybrané neziskové organizace bude vycházet z příjmů a výdajů ve vybraných letech.

Jak již bylo zmíněno, ve sledovaných letech dosáhla organizace nejnižších příjmů v roce 2009, pouhých 8.008.000 Kč, naopak nejvyšších příjmů dosáhla v roce 2011, kdy se její příjmy dostaly až na částku 15.503.000 Kč. Nárůst příjmů byl způsoben především rozšířením činnosti organizace o projekt třístupňového propustného bydlení. Sdružení získalo v roce 2010 na tento projekt rozsáhlé víceleté dotace z Evropské Unie a jednorázové dotace ze státního rozpočtu a rozpočtu obce, takže jej mohla v roce 2011 dále rozšířit. Podařilo se jí taky na tento projekt získat dotace z neveřejných zdrojů a navázat spolupráci se soukromou organizací působící v kraji. Co se organizaci příliš ve sledovaných letech nedařilo, bylo získat na svou činnost dotace z Moravskoslezského kraje. Tento problém by mohlo vyřešit právě PR organizace, tedy její lepší komunikace s tímto subjektem a vyšší zaměření se na něj. Dále by se sdružení mohlo také více obracet na soukromé subjekty, které mohou poskytovat další dotace, ať už účelové, či sloužící na chod organizace. Možným způsobem jak zvýšit příjmy by právě mohlo být propracovanější PR organizace.

Na straně výdajů dosáhlo občanské sdružení CENTROM maxima v roce 2011, jejich výše činila 15.503.000 Kč, minima naopak v roce 2007, při výši 9.121.000 Kč. Nejvyšší podíl výdajů v jednotlivých letech připadá a mzdy zaměstnanců, druhou nejvyšší položku tvoří služby. Nejnižšími výdajovými položkami jsou výdaje na provozní náklady, úroky z úvěrů, ostatní náklady a finanční náklady. Nárůst výdajů v roce 2010 lze vysvětlit přípravami na realizaci nového projektu třístupňového bydlení. V této souvislosti došlo k zapojení většího množství zaměstnanců do činnosti organizace, byla otevřena nová poradenská centra a z těchto důvodů došlo k prudkému nárůstu mzdových nákladů.

4.2 Stávající Public relations občanského sdružení CENTROM

V rámci PR bude pro lepší orientaci nejdříve znázorněno současné PR občanského sdružení CENTROM. PR je v organizaci zajišťováno ředitelkou občanského sdružení CENTROM. Podíváme-li se na komunikační kanály, které organizace využívá, a které byly zmíněny v kapitole 2.2 Public relations, v části komunikační nástroje a kanály, využívá

organizace všechny mnohé ze zmíněných možností. Tiskové zprávy jsou vydávány jak v tištěné podobě, tak jsou k nalezení na internetových stránkách.⁷⁸ CENTROM vydává pravidelně jednou měsíčně zprávu v novinách. Tato zpráva se týká buď jednotlivých projektů, nebo filozofie rozvoje organizace. V pravidelných měsíčních sekvencích jsou zprávy vydávány v Moravskoslezském deníku, v méně pravidelných frekvencích pak v lokálních denících jako Ostravská radnice, Vítkovické noviny a Radvanické a Bartovické noviny. Tiskové konference organizace ke své propagaci nevyužívá, a to především pro jejich nákladnost. V případě zájmu médií o určité informace jsou využívány buď zmíněné tiskové zprávy, nebo rozhovory s novináři, ke kterým organizace také přistupuje. V takovýchto případech vystupují zástupci organizace často v lokální televizi pro Ostravsko – Fabex TV.⁷⁹ V případě webových stránek si nezisková organizace vede také velmi dobře. Své stránky neustále aktualizuje o nové informace, poskytuje informace o své činnosti a je tak atraktivní nejen pro své klienty, ale i donátory, širokou veřejnost a klienty potenciální. Co však nezisková organizace CENTROM plně využívá, je PR šité na míru. Systém a styl komunikace je upravován pro specifické formy posluchačů. Organizace využívá v případě klientů i donátorů především osobní kontakt, v případě klientů je navíc zapojena terénní práce, takže pracovníci organizace znají potřeby svých klientů velmi přesně a dokáží tak vytvořit akce odpovídající potřebám klientů.

Podíváme-li se jednotlivé oblasti, ve kterých organizace realizuje své PR, lze je rozdělit na šest oblastí, do kterých PR směřuje. Jedná se o:

1. posilování firemní kultury a image organizace,
2. provoz webových stránek,
3. vydávání tištěných materiálů,
4. pořádání akcí,
5. komunikace s důležitými partnery
6. a komunikace s médii.⁸⁰

V rámci posilování firemní kultury a zvyšování informovanosti pracovníků jsou dvakrát měsíčně pořádány porady ředitelky organizace s vedoucími pracovníky. Dále jsou svolávány operativní porady pro řešení aktuálních problémů. Výstupy jsou předávány podřízeným

⁷⁸ CENTROM. Tiskové zprávy [online]. Centrom [17. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.centrom.cz/index.php/tiskove-zpravy>

⁷⁹ FABEXTV. Titulní strana [online]. Fabex TV [17. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.fabextv.cz/>

⁸⁰ ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*, 2. vyd. Praha: Grada, 2011. 160 s. ISBN 978-80-247-4041-6

pracovníkům prostřednictvím emailu. Na konci každého roku probíhá hodnocení pracovní činnosti všech zaměstnanců a výsledků jejich práce za uplynulý rok. Zaměstnanci jsou současně informováni o výhledových plánech organizace pro následující rok. Komunikace se zaměstnanci tedy probíhá pravidelně, pracovníci jsou též průběžně informováni o činnostech organizace a jejích dalších krocích.

V oblasti provozu webových stránek se lze odvolat na oficiální stránky organizace⁸¹, které nabízí svým současným i budoucím klientů, donátorům i široké veřejnosti informace o své činnosti. Je zde uvedeno jak poslání organizace, seznam poskytovaných služeb, výčet realizovaných i probíhajících projektů, je zde popsán systém třístupňového bydlení, který organizace poskytuje, seznam podporovatelů, potřebné kontakty a možnost pro podporu organizace. Pro klienty je zde také sekce s aktualitami, kde se dozví o blížících se akcích organizovaných občanským sdružením a nechybí ani fotogalerie, která dokumentuje úspěšnost již proběhlých akcí. Pro donátory i širokou veřejnost je zajímavá část s výročními zprávami, která poskytuje informace o činnosti organizace za uplynulý rok, popis jednotlivých akcí a jejich úspěšnost, hospodaření organizace a další informace. Pro oblast PR je zde i neopomenutelná sekce sdružující tiskové zprávy za jednotlivé měsíce, informující o průběžných činnostech.

Nezisková organizace vydává také tištěné materiály, které slouží ke zviditelnění její činnosti. Kromě již zmíněných tiskových zpráv vydává organizace i informační letáky, sloužící k informovanosti klientů a širokého okolí o právě probíhajících projektech a možnostech participace na nich.

Další oblastí PR, kterou nezisková organizace využívá, je pořádání akcí. Mezi akce pořádané organizací pro klienty lze zařadit například Den dětí, Mikuláš, Karneval a mnoho dalších. Při těchto aktivitách byla posílena vazba mezi organizací a klienty, navíc se mnoho dalších díky této akci dozvědělo o organizaci a její možnosti využití. V rámci projektu „Rozšíření kapacit a spektra služeb CENTROM“, který proběhl v roce 2011, došlo také k zapojení klientů do projektu samotného, a to nejen pasivní formou, ale především formou aktivní (podíleli se na úpravě a údržbě prostor pro realizaci sociálních služeb organizace, úpravě veřejných prostranství a dalších objektů sloužících veřejnému zájmu).⁸²

⁸¹ CENTROM. Home [online]. Centrom [17. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.centrom.cz/>

⁸² CENTROM. Výroční zpráva 2011 [online]. Centrom [14. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/Vyrocn%C3%AD%20zprava%202011.pdf>

V neposlední řadě je využíván kontakt s důležitými partnery. Jak již bylo zmíněno, občanské sdružení dává přednost osobnímu kontaktu se všemi partnery. Ať už se jedná o vedení města, jednotlivé donátory, či klienty samotné. V oblasti dotací z Evropských sociálních fondů, se zástupci sdružení účastní odborných prezentací, na kterých sami vystupují a to především v rámci objasnění projektu třístupňového bydlení. V rámci této komunikace jsou pořádány prezentace probíhající jak v České republice, tak v zahraničí. Z tuzemských prezentací lze zmínit např. prezentace příkladu dobré praxe na konferencích pořádaných jak městem, tak dalšími institucemi (např. konference „Ruku v ruce s občany“, Management v praxi sociální práce (pořádané Ostravskou univerzitou, fakultou sociálních studií), Sociální inkluze Ostrava a další).

Financování PR je pro neziskovou organizaci poměrně složité. Občanské sdružení financuje PR jak ze zdrojů pocházejících z vlastních zdrojů, tak z veřejných zdrojů. Z tabulek, které byly předvedeny již v kapitole 3.2 Analýza hospodaření organizace v letech 2007 - 2011, je zřejmé, že finančních zdrojů z vlastní činnosti není příliš a není teda ani možné, využívat je ve velkém měřítku na financování PR. PR je proto financováno především z veřejných zdrojů. Náklady na něj jsou vždy součástí rozpočtu jednotlivých projektů, na které donátoři poskytují peníze, označeny položkou „inzerce, propagace“. Každý projekt tak získá určitou částku na svou propagaci a to už jak ve formě letáků, tak v rámci realizace jednotlivých částí projektu. (Příkladem PR mohou být i aktivity, realizované v rámci projektu Nízkoprahového zařízení pro děti a mládež v Ostravě - Vítkovicích. Projekt nabízel řadu aktivit, do kterých se klienti mohli zapojit. Informování o nich byli jak komunitním centrem, tak v podobě letáků. Jednalo se o aktivity jako je taneční kroužek, výtvarná dílna, doučování, organizované hry, poradna a jiné. Těchto aktivit se mohli zúčastnit nejen klienti stávající, ale též noví. Problémem bývá, že v rámci účelových dotací tyto položky příliš nejsou podporovány. V rámci projektu Operačního programu lidské zdroje a zaměstnanost bývá propagace hrazena z nepřímých nákladů, u kterých nejsou jasné specifikovány částky, které mohou být na jednotlivé položky využity. Z těchto financí jsou pak hrazeny především novinové články, spoty v regionálních televizích a letáky s tematikou vztahující se k činnosti organizace. Uvedení jsou na nich též donátoři projektu a spolupracující organizace.

4.3 Návrh na zlepšení Public relations pro občanské sdružení CENTROM

Jak z výše uvedeného textu vyplývá, občanské sdružení CENTROM se snaží aktivně komunikovat jak s klienty, donátory i širokou veřejností a to prostřednictvím tiskových zpráv, webových stránek či osobního kontaktu. Návrhem v rámci PR, které by sdružení pomohlo

zvýšit příjmy na činnost, by bylo zlepšení komunikace s veřejnými donátory. Z analýzy je patrné, že především ze strany Moravskoslezského kraje nejsou dotace na činnost příliš pravidelné. Také ze strany soukromých subjektů neplyne do organizace velké množství financí. Tento nedostatečný zájem organizací by mohlo vyřešit vytvoření pracovního místa pro specializovaného pracovníka, jehož pracovní náplní by bylo právě PR organizace, resp. komunikace s těmito subjekty a jejich přesvědčování pro finanční zapojení se do činnosti organizace, oslovování nových partnerů a vytváření nových vazeb s dalšími organizacemi. Vytvořením nového pracovního místa by se tak zajistilo širší oslovení veřejnosti. Problémem však v tomto případě je, kde na takového pracovníka vzít finanční zdroje. Jelikož zdroje na PR plynou především od donátorů jednotlivých projektů, bylo by vhodné, nalézt zdroj, který by pomáhal financovat činnost organizace jako takové, tedy i její PR mimo realizované projekty. Možným řešením by bylo oslovení dalších velkých firem působících v Moravskoslezském kraji. Tyto by mohly poskytovat dotace na provoz organizace (tedy i na nově vzniklé pracovní místo) a mohly by ji také uvádět ve svých interních i externích firemních časopisech, resp. novinách. Tak by se zvýšilo povědomí občanů o existenci takovéto organizace a službách, které nabízí. V současné době (2013) spolupracuje na této bázi občanské sdružení ji se společností RPG Real Estate a to právě na projektu třístupňového bydlení. Společnost nabízí své domy k druhému stupni bydlení a to za minimální poplatek. Současně se o této činnosti zmiňuje ve svém firemním časopise „Bydlení“, čímž přispívá k rozšíření povědomí o sdružení. Dalšími subjekty, se kterými organizace spolupracuje a tím rozvíjí povědomí občanů o své činnosti, jsou např. Mittall a. s., INTOZA s. r. o., Vítkovice Machinery group, FABEX MÉDIA s. r. o., Občanské sdružení PERSEUS, CHEMINVEST s. r. o., REDL servis s. r. o., AHOL VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA o.p.s. a další. Rozšířit by se tato spolupráce mohla s dalšími společnostmi, jako je Dalkia Česká republika a.s., Vítkovice a.s., Třinecké železárny, IVAX Pharmaceuticals s.r.o., Continental Automotive Systems Czech Republic s.r.o., ŽDB GROUP a.s., ČEZ Logistika s.r.o. Tyto společnosti by nejen zvýšily povědomí o organizaci a tím i její prestiž, ale mohly by se stát neveřejnými donátory jejích projektů.⁸³

Další možností kde získat dotace na vytvoření nového pracovního místa nabízí evropské fondy, které se v příštím programovém období od roku 2014 budou zaměřovat na vytváření nových pracovních míst. Tato místa budou vytvářena především pro mladé lidi, jejichž

⁸³ ŠTIKY. Štíky českého byznys v Moravskoslezském kraji [online]. Štíky [19. 4. 2013]. Dostupné z: <http://stiky.e15.cz/vysledky/2009/moravskoslezsky>

nezaměstnanost se v posledních letech zvyšuje.⁸⁴ O příspěvek na vytvoření nového pracovního místa lze požádat také na Úřadu práce. Ten stanovuje dle zákona č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti, ve znění pozdějších předpisů, podrobnosti pro zřízení společensky účelných pracovních míst. Úřad práce přitom přihlíží k aktuální situaci na trhu práce, k době využití pracovního místa, k době, která je nutná pro vytvoření pracovního místa a ke společenské účelnosti a efektivnosti nově vzniklého pracovního místa. Úřad práce pak může přidělit žadateli příspěvek ve formě:

- návratné finanční výpomoci (bezúročné půjčky),
- dotace na úhradu mezd a jejich náhrad včetně pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a pojistného na veřejném zdravotním pojištění,
- dotace na úhradu úroků z úvěru,
- jiné účelově určené dotace.

Výše dotace nebo nevratné finanční pomoci může činit na jedno místo maximálně 80.000 Kč, v závislosti na předpokládaných nákladech na jeho zřízení. Dotaci na mzdové náklady hraří Úřad práce po dobu, po kterou je účelné pracovní místo obsazeno uchazečem o zaměstnání, nejdéle však 24 měsíců. Základním předpokladem je zaměstnání osoby z cílové skupiny, např. dlouhodobě nezaměstnaného, absolventa do 25 let nebo osoby v pokročilejším věku.⁸⁵

⁸⁴ DOTACE EU. Dotační info [online]. Dotace EU [20. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.dotacni.info/v-pristim-programovem-obdobi-se-budou-dotace-smerovat-na-vytvoreni-novych-pracovnich-mist-zejmena-pro-mlade-lidi/>

⁸⁵ Zákon č. 435 ze dne 1. listopadu 2004 o zaměstnanosti, ve znění pozdějších předpisů. § 1. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonInfo.jsp?idBiblio=58235&fulltext=&nr=435~2F2004&part=&name=&rpp=15#local-content>

5 Závěr

Bakalářská práce se věnuje problematice Public relations a jeho využití v neziskových organizacích.

Teoretická část se věnuje vymezení základních pojmů, tedy pojmu nezisková organizace a public relations, následně jsou tyto pojmy teoreticky propojeny.

Následně byla v praktické části bakalářské práce zkoumána reálná situace ve vybraném občanském sdružení CENTROM. Nejprve bylo charakterizováno občanské sdružení a jeho činnost v uplynulých letech, poté byla zahájena analýza hospodaření této organizace. Analýza vycházela z příjmů a výdajů. Příjmy byly rozděleny na veřejné a neveřejné, byla porovnána výše příjmů a výdajů ve vybraných letech (2007 – 2011) a sledována výše příjmů v každém roce zvlášť. Zřetel byl brán na to, odkud příjmy plynou a jaká je jejich výše. V následném zhodnocení hospodaření byly porovnány výše příjmů z jednotlivých zdrojů. Porovnání ukázalo, že výše příjmů klesá od roku 2007 do roku 2009, od roku 2010 dochází k jejich nárůstu. Příčinou by mohlo být rozšíření činnosti organizace na další projekt – Projekt tříступňového propustného bydlení. V letech 2010 – 2011 plynuly příjmy organizace především na tuto činnost. Dále bylo zjištěno, že organizace nečerpá příliš dotace z Moravskoslezského kraje, respektive v některých letech tyto dotace v příjmech úplně chybí. Jako možné řešení této situace bylo navrženo zlepšení Public relations. Lepší komunikace s orgány kraje by mohla zajistit organizaci vyšší příjmy z tohoto zdroje. Na straně výdajů došlo ke zjištění, že výdaje mají od roku 2009 rostoucí tendenci, jejich velký nárůst v roce 2010, lze vysvětlit zvýšenými výdaji na projekt tříступňového propustného bydlení, k jehož realizaci došlo v roce 2011. V souvislosti s novým projektem došlo k rozšíření organizační struktury občanského sdružení CENTROM a z toho vyplývajícimu růstu mzdových nákladů.

Dále bylo popsáno stávající Public relations, které je vykonáváno pouze prostřednictvím osoby ředitelky organizace. Dá se říci, že organizace se snaží komunikovat se všemi stávajícími partnery, a do podvědomí široké veřejnosti se snaží dostat pomocí článků v novinách, či pomocí televizních shotů v regionálních televizích. Velmi dobré také je, že organizace nezanedbává osobní kontakt, a to jak s klienty, tak s jednotlivými donátory. Dále se ukázalo, že organizace ke svému Public relations využívá velké množství komunikačních kanálů (od webových stránek, po tištěné materiály, komunikace s partnery a médií a různé formy akcí pořádaných pro klienty). Nezanedbává také interní Public relations a komunikaci se svými zaměstnanci. Zjištěno také bylo, že finance na propagaci pochází

především z dotací donátorů na jednotlivé projekty, přičemž částka na propagaci je vždy předem vymezena v rozpočtu projektu.

Cílem práce bylo navržení možností zlepšení public relations v občanském sdružení CENTROM

V návrhu na zlepšení bylo tedy navrženo zlepšení komunikace s veřejnými donátory, především s představiteli Moravskoslezského kraje, od kterých by vyšší dotace mohly znamenat kromě vyšších příjmů na realizaci projektů také vyšší příjmy na PR. Navržena byla také lepší komunikace se soukromými subjekty, z jejichž strany jsou dotace velmi nepravidelné, což souvisí také s poměrně malým množstvím neveřejných donátorů. Pro lepší komunikaci bylo navrženo vytvoření nového pracovního místa, specialisty na PR, jehož prací by právě byla propagace organizace do míst, kde činnost organizace není příliš známá a také udržování stávajících vztahů se současnými partnery. Pravděpodobným problémem by bylo financování tohoto nově vzniklého pracovního místa, proto byly navrženy možnosti, odkud finance na zřízení tohoto místa získat (ať už od soukromých či veřejných donátorů).

Seznam použité literatury

BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 2010. 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

BAJČAN, Roman. *Techniky public relations aneb jak pracovat s médii*. 1. vyd. Management Press, 2003. 148 s. ISBN 80-7261-096-1.

BOUKAL, Petr. *Nestátní neziskové organizace: teorie a praxe?* 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 303 s. ISBN 978-80-245-1650-9.

FTOREK, Jozef. *Public relations a politika*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 192 s. ISBN 978-80-247-3376-0.

FTOREK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění*. 3. vyd. Praha: Grada, 2012. 224 s. ISBN 978-80-247-3926-7.

HYÁNEK, Vladimír. *Neziskové organizace: teorie a mýty*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011. 132 s. ISBN 978-80-210-5651-0.

KARLÍČEK, Miroslav a Petr KRÁL. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-3541-2.

KISLINGEROVÁ, Eva. *Manažerské finance*. 3. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. 811 s. ISBN 978-80-7400-194-9.

KOTLER, Philip a kol. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

L'ETANG, Jacquie. *Public relations: Základní teorie, praxe, kritické přístupy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. 344 s. ISBN 978-80-7367-596-7.

OTRUSINOVÁ, Milana. *Finanční hospodaření municipálních účetních jednotek*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2011, 178 s. ISBN 978-80-7400-342-4.

POSPÍŠIL, Pavel. *Efektivní public relations a media relations*. 1. vyd. Computer Press, 2002. 154 s. ISBN 80-7226-823-6.

PŘIKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ. *Moderní marketingová komunikace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 320 s. ISBN 978-80-247-3622-8.

RŮŽIČKOVÁ, Růžena. *Neziskové organizace: Vznik, účetnictví, daně*. 11. vyd. Olomouc: ANAG, 2011. 254 s. ISBN 978-80-7263-675-4.

STEJSKAL, Jan. *Neziskové organizace – vybrané problémy ekonomiky*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2012. 168 s. ISBN 978-80-7357-973-9.

SVOBODA Václav. *Public relations – moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4040-9.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2. vyd. Praha: Grada, 2011. 160 s. ISBN 978-80-247-4041-6.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

VĚRČÁK, Vladimír a Jana GIRGAŠOVÁ. *Media relations není manipulace*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2004. 136 s. ISBN 80-86119-43-2.

Internetové zdroje:

CENTROM. Historie organizace [online]. Centrom [8. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/Vyrocní%20zpráva%202011.pdf>

CENTROM. Home [online]. Centrom [17. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.centrom.cz/>

CENTROM. Kdo nás podporuje [online]. Centrom [8. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/index.php/kdo-nas-podporuje>

CENTROM. OPRLZ – Podpora pracovních míst, poradenství a motivační aktivity [online]. Centrom [8. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/index.php/realizovane-projekty/projekty-2007/32-oprlz-podpora-pracovnich-mist-poradenstvi-a-motivani-aktivity3>

CENTROM. SROP – Komplexní systém sociální péče CENTROM [online]. Centrom [8. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/index.php/realizovane-projekty/projekty-2007/33-srop-komplexni-system-socialni-pee-centrom-ii4>

CENTROM. Třístupňové bydlení [online]. Centrom [14. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.centrom.cz/index.php/tristupnoveho-bydleni>

CENTROM. Výroční zpráva 2008 [online]. Centrom [12. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/vz/VZ2008.pdf>

CENTROM. Výroční zpráva 2009 [online]. Centrom [12. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/vz/VZ2009.pdf>

CENTROM. Výroční zpráva 2010 [online]. Centrom [12. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/vz/VZ2010.pdf>

CENTROM. Výroční zpráva 2011 [online]. Centrom [8. 4. 2013]. Dostupné z: <http://centrom.cz/phocadownload/Vyrocní%20zpráva%202011.pdf>

DOTACE EU. Dotační info [online]. Dotace EU [20. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.dotacni.info/v-pristim-programovem-obdobi-se-budou-dotace-smerovat-na-vytvoreni-novych-pracovnich-mist-zejmena-pro-mlade-lidi/>

MINISTERSTVO FINANCÍ ČR. Neziskové organizace. [online]. Neziskové organizace [10.4.2013] Dostupné z: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/nezisk_organizace.html?year=2011

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Informace o fondech [online]. Strukturální fondy [10.4.2013] Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Temp/Informace-o-fondech-EU>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Operační programy 2007 - 2013. [online]. Strukturální fondy [10.4.2013] Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Programy-2007-2013>

MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY. Občanské sdružení [online]. MVČR [12. 1. 2013]. Dostupné z: https://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&ved=0CEEQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.mvcr.cz%2Fsoubor%2Fmanual-sdruzeni-pdf.aspx&ei=9WU3UfujD9Ha4QSp6YCADg&usg=AFQjCNGgUdXNmWYjyvgMdw dncH3nXi qn-w&sig2=_OZPjm qjpXw3CifXmrO sow&bvm=bv.43287494,d.bGE

OBČANSKÁ PRAVNÍ SEBEOBRANA. Občanská sdružení – jejich povaha a přednosti, založení občanského sdružení [online]. Právní sebeobrana [12. 1. 2013]. Dostupné z: <http://www.pravnisebeobrana.cz/ob%C4%8Dansk%C3%A1-sdru%C5%BEen%C3%AD-jejich-povaha-p%C5%99ednosti-zalo%C5%BEen%C3%AD-ob%C4%8Dansk%C3%A9ho-sdru%C5%BEen%C3%AD>

ŠTIKY. Štíky českého byznys v Moravskoslezském kraji [online]. Štíky [19. 4. 2013]. Dostupné z: <http://stiky.e15.cz/vysledky/2009/moravskoslezsky>

Vyhláška č. 504 ze dne 6. listopadu 2002 k provedení zákona o účetnictví pro nepodnikatelské subjekty. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=54047&fulltext=&nr=504~2F2002~20Sb.&part=&name=&rpp=15#local-content>

Zákon č. 248 ze dne 28. září 1995 o obecně prospěšných společnostech a o změně a doplnění některých zákonů. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=43270&fulltext=&nr=248~2F1995&part=&name=&rpp=15#local-content>

Zákon č. 83 ze dne 1. května 1990 o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů. § 1. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?idBiblio=38419&fulltext=&nr=83~2F1990&part=&name=&rpp=15#local-content>

Zákon č. 435 ze dne 1. listopadu 2004 o zaměstnanosti, ve znění pozdějších předpisů. § 1. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakonInfo.jsp?idBiblio=58235&fulltext=&nr=435~2F2004&part=&name=&rpp=15#local-content>

Seznam zkratek

CENTROM – občanské sdružení CENTROM

PR – Public relations

ZOPS – zákon o obecně prospěšných společnostech, ve znění pozdějších předpisů

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 10.5.2013

Liborata Hiltova
jméno a příjmení studenta

Seznam příloh


Příloha č. 1

Příloha č. 2

Příloha č. 3

Přílohy

Příloha č.1 Stanovy



CENTROM, občanské sdružení

STANOVY

VS/1-1/40548/99-A
Změna stanov vzata na vědomí
dne: 9.5.2011

I.
Obecné ustanovení

1. CENTROM, občanské sdružení (dále jen „Sdružení“) je občanským sdružením založeným dle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, v platném znění. Sdružení je právnickou osobou. Sdružení je dobrovolné, nezávislé a sdružuje členy na základě společného rozhodnutí o naplnění cílů sdružení.

II.
Název a sídlo


1. Název sdružení: CENTROM, občanské sdružení
2. Sídlo sdružení: Sirotčí 765/ 45a, Ostrava-Vítkovice, PSČ 703 00

III.
Cíl a předmět činnosti Sdružení

1. Cílem činnosti Sdružení je napomáhat odstraňování bariér mezi majoritní společností a etnickými minoritami na Ostravsku, podpora rodin (včetně neúplných) s dětmi a dalších sociálně ohrožených skupin obyvatelstva. Tento účel bude Sdružení naplňovat zejména poskytováním sociálních služeb, vytvářením a realizací projektů zaměřených na sociální bydlení, pořádáním vzdělávacích aktivit a dalších aktivit vedoucích k potírání rasové nesnášenlivosti. V souladu s tímto cílem bude mezi další předměty činnosti patřit poskytování služeb sociálního bydlení, výkon činnosti správce objektů určených k bydlení, výchova, vzdělávání, zábava, sportovní a kulturní aktivity, poskytování možnosti dočasného ubytování, osobní a sociální služby poskytované za účelem uspokojení potřeb jednotlivců.
2. K naplnění svých cílů bude Sdružení spolupracovat se státními orgány a organizacemi, s orgány místní samosprávy a s neziskovými organizacemi v České republice i zahraničí.
3. Při výkonu svých činností bude Sdružení postupovat vždy v souladu s obecně závaznými právními předpisy České republiky.

IV.
Vznik a zánik členství, seznam členů Sdružení

1. Členství ve Sdružení je dobrovolné. Členství ve Sdružení není na překážku členství v jiných občanských či dalších sdruženích a právnických osobách, jejichž činnost není v rozporu s posláním a cíli Sdružení.
2. Členy Sdružení jsou osoby zapsané a podepsané v seznamu členů, aktualizovaném na každé členské schůzi. Do seznamu členů se zapisují osoby, kterým platně vzniklo členství, po jeho zániku jsou při příští aktualizaci ze seznamu vyškrtnuti. Seznam obsahuje jméno, příjmení, datum narození a adresu trvalého pobytu u fyzických osob, u právnické osoby název, identifikační číslo, sídlo, údaj o zápisu v obchodním nebo jiném rejstříku a identifikaci osoby oprávněné jednat za právnickou osobu, a to jménem, příjmením, datem narození a adresou trvalého pobytu. Seznam vyhotovuje a vede předseda řídicího výboru. Jeho první vyhotovení schvaluje první členská schůze, která se bude konat po dni jeho vyhotovení. Členem Sdružení se může stát jakákoli fyzická osoba starší 18 let nebo jakákoli právnická osoba, která se zaváže dodržovat Stanovy a vnitřní předpisy Sdružení a která bude doporučena minimálně dvěma členy Sdružení. O přijetí uchazeče o členství do Sdružení rozhoduje řídicí výbor; na přijetí není právní nárok. Pokud je řídicím výborem stanoven vstupní členský poplatek, vzniká členství žadatele až jeho zaplacením.
3. Členství zaniká:
a) vystoupením člena, a to dnem doručení písemného oznámení o vystoupení řídicímu výboru
b) vyloučením člena, který nezaplatil roční členský příspěvek ani přes písemnou výzvu k úhradě, byl-li tento roční členský příspěvek rozhodnutím členské schůze stanoven, nebo který jinak porušil své povinnosti stanovené stanovami; o vyloučení rozhoduje řídicí výbor,
c) dnem úmrtí fyzické osoby, popř. zániku právnické osoby bez právního nástupce
d) zánikem Sdružení
4. Zánikem členství nezanikají finanční závazky bývalého člena vůči Sdružení, pokud mu takové závazky vznikly.
5. Každý člen, který je právnickou osobou, je v orgánech Sdružení zastupován statutárním orgánem nebo za něj jedná jím písemně pověřená osoba.



**V.
Práva a povinnosti členů**

1. Člen má právo zejména:
 - a) podílet se na dosažení cílů a činnostech Sdružení
 - b) předkládat vlastní návrhy aktivit
 - c) účastnit se jednání členské schůze a hlasovat na ní za podmínek stanovených těmito stanovami
 - d) volit a být volen do orgánů Sdružení
 - e) nahlížet do zápisů z členské schůze a jednání řídicího výboru a pořizovat si na své náklady jejich kopie
2. Člen je povinen zejména:
 - a) podílet se na dosažení cílů a činnosti Sdružení
 - b) platit členské příspěvky ve stanovených termínech, pokud byly stanoveny
 - c) oznamovat písemně řídicímu výboru změnu svých základních identifikačních údajů, které jsou uváděny v seznamu členů Sdružení
 - d) zdržet se jakéhokoli jednání, jež by bylo v rozporu s cíli Sdružení, nebo by mohlo poškodit jméno nebo pověst Sdružení
 - e) dodržovat Stanovy a vnitřní předpisy Sdružení, které byly přijaty v souladu s těmito Stanovami

**VI.
Orgány Sdružení**

1. Orgány Sdružení jsou:
 - a) členská schůze
 - b) řídicí výbor

**VII.
Členská schůze**

1. Členská schůze je nejvyšším orgánem Sdružení a je tvořena všemi členy Sdružení.
2. Členskou schůzi svolává řídicí výbor podle své potřeby, nejméně však jednou ročně.
3. Požadují-li to alespoň dvě třetiny všech členů Sdružení, je řídicí výbor povinen svolat mimořádnou členskou schůzi, a to tak, aby se konala do 30 dnů. V případě, že řídicí výbor mimořádnou členskou schůzi v uvedené lhůtě nesvolá, je oprávněn ji svolat kterýkoli člen Sdružení. V případě, že řídicí výbor není usnášeníschopný, je členskou schůzi oprávněn svolat kterýkoli člen Sdružení.
4. Členská schůze se svolává písemnou pozvánkou zaslouhou na adresu všech členů Sdružení, popř. jiným vhodným způsobem prokazujícím doručení pozvánky (např. osobním předáním, e-mailem). Pozvánka musí obsahovat místo, datum a hodinu konání členské schůze a program členské schůze. Místo, datum a hodina konání členské schůze musí být určeny tak, aby co nejméně omezovaly možnost členů Sdružení účastnit se členské schůze.
5. Členská schůze je usnášeníschopná, je-li přítomna kvalifikovaná většina, tj. více než 60% všech členů Sdružení. Každý člen Sdružení má jeden hlas. Pokud je člen Sdružení v prodlení se zaplacením členského příspěvku, nemá právo na členskou schůzi hlasovat a jeho přítomnost se nezapočítává pro účely zjištění většiny při hlasování. Rozhodnutí členské schůze je přijato, hlasovala-li pro něj kvalifikovaná většina, tj. více než 60% všech členů Sdružení.
6. Před dnem jednání může třetina všech členů Sdružení požádat řídicí výbor o zařazení určité otázky na program nejbližšího jednání členské schůze; řídicí výbor je povinen tuto otázku na program zařadit.
7. Na jednání může kterýkoli člen Sdružení navrhnout zařadit určitou otázku na program jednání. Program jednání uvedený v pozvánce může být takto doplněn, jen souhlasí-li s tím třetina všech členů Sdružení.
8. Členskou schůzi vede předseda nebo místopředseda řídicího výboru, popř. jiný předsedající zvolený členskou schůzí. Řídicí orgán je povinen zabezpečit vyhotovení zápisu z členské schůze, který podepisuje předseda nebo místopředseda řídicího výboru.
9. Do působnosti členské schůze patří:
 - a) schvalovat základní cíle činnosti Sdružení
 - b) schvalovat změny a doplnění stanov
 - c) schvalovat výši ročních členských příspěvků
 - d) volit a odvolávat členy řídicího výboru včetně určení, který z nich bude předsedou a místopředsedou řídicího výboru
 - e) rozhodovat o zrušení Sdružení
 - f) rozhodovat o založení a zrušení organizační jednotky Sdružení s právní subjektivitou i bez právní subjektivity, naplňující cíle Sdružení v konkrétních městech České republiky
 - g) rozhodovat v dalších případech uvedených ve Stanovách

10. K výkonu kterékoli své pravomoci, s výjimkou případů uvedených v čl. VII, odst. 9, písm. d) a e) může členská schůze pověřit řídicí výbor. Toto pověření může kdykoli odvolat.

VIII. Řídicí výbor

1. Řídicí orgán je výkonným orgánem Sdružení, který řídí činnost Sdružení a který za svou činnost odpovídá členské schůzi.
2. Řídicí výbor má 2 členy, kteří jsou voleni a odvoláváni členskou schůzí. Členem řídicího výboru může být jen člen Sdružení. Klesne-li počet členů řídicího výboru, není usnášeníschopný.
3. Funkční období členů řídicího výboru je pětileté, členové řídicího výboru mohou být zvoleni i opakovaně.
4. Každý člen řídicího výboru je oprávněn ze své funkce odstoupit, a to:
 - a) Písemným oznámením o odstoupení z funkce, doručenému řídicímu výboru; výkon funkce skončí v takovém případě dnem doručení oznámení.
 - b) Ústním oznámením o odstoupení funkce, učiněném na jednání řídicího výboru; výkon funkce skončí v takovém případě okamžikem tohoto oznámení.
 - c) Ústním oznámením o odstoupení z funkce, učiněném na členské schůzi; výkon funkce skončí v takovém případě okamžikem tohoto oznámení.
5. Členství v řídicím výboru zaniká zánikem členství ve Sdružení.
6. Jednání řídicího výboru svolává a řídí jeho předseda. Předseda svolá řídicí výbor vždy, je-li o to požádán kterýmkoli z členů řídicího výboru nebo je-li nutné projednat některou ze záležitostí dle odst. 8 tohoto článku, minimálně však jednou ročně. Program jednání určuje předseda; na žádost kteréhokoli člena řídicího výboru projedná řídicí výbor také jinou záležitost. Jednání řídicího výboru se svolává písemnou pozvánkou zaslouhou na adresu všech členů řídicího výboru, popř. jiným vhodným způsobem prokazujícím doručení pozvánky (např. osobním předáním, e-mailem). Pozvánka musí obsahovat místo, datum a hodinu jednání řídicího výboru a program jednání. Místo, datum a hodina jednání musí být určeny tak, aby co nejméně omezovaly možnost členů řídicího výboru účastnit se jednání.
7. Řídicí výbor je usnášeníschopný, jsou-li na jeho zasedání přítomni oba členové řídicího výboru. Rozhodnutí řídicího výboru jsou přijímána jednomyslně. Z jednání řídicího výboru se pořizuje stručný zápis.
8. Do působnosti řídicího výboru patří:
 - a) koordinovat činnost sdružení,
 - b) rozhodovat o přijetí za člena,
 - c) schvalovat rozpočet Sdružení
 - d) projednávat a schvalovat závěrečnou zprávu o hospodaření včetně roční účetní závěrky
 - e) zajišťovat hospodaření Sdružení dle přijatého rozpočtu,
 - f) rozhodovat o výši vstupního členského poplatku,
 - g) schvalovat vnitřní předpisy Sdružení
 - h) vydávat výroční zprávu Sdružení
 - i) rozhodovat v ostatních věcech uvedených ve stanovách nebo o věcech, o nichž nepřísluší rozhodovat jinému orgánu Sdružení
9. K výkonu kterékoli své pravomoci může řídicí výbor písemně pověřit kteréhokoli člena řídicího výboru. Toto pověření může kdykoli odvolat.

IX.

Jednání jménem sdružení

1. Jménem Sdružení jednají navenek předseda řídicího výboru a člen řídicího výboru společně při:
 - nabytí majetku za kupní cenu nad 50.000,- Kč
 - prodeje majetku za kupní cenu nad 50.000,- Kč
 - darování majetku Sdružení jiné osobě
 - jakémkoli jiném právním úkonu, jehož předmětem bude plnění v hodnotě nad 50.000,- KčVe všech ostatních věcech a ve všech pracovněprávních věcech bez ohledu na hodnotu plnění, jednají za Sdružení předseda řídicího výboru a člen řídicího výboru samostatně.
2. Podepisování za Sdružení se děje tak, že předseda řídicího výboru nebo člen řídicího výboru připojí k razítku, nadepsanému nebo vtištěnému názvu Sdružení svůj podpis.

X.

Finanční hospodaření Sdružení

1. Finanční hospodaření se řídí rozpočtem schváleným řídicím výborem pro příslušný kalendářní rok.

2. Příjmy Sdružení tvoří zejména:
- vstupní členské příspěvky a roční členské příspěvky, byly-li stanoveny,
 - dary a příspěvky právnických a fyzických osob
 - výnosy z majetku Sdružení
 - příjmy z vlastní činnosti
 - příjmy z veřejných rozpočtů
3. Za své závazky odpovídá Sdružení celým svým majetkem. Jednotliví členové Sdružení za závazky Sdružení neodpovídají.
4. Účetním obdobím je kalendářní rok.
5. Řídící výbor Sdružení vydává každoročně zprávu o činnosti a hospodaření Sdružení, která obsahuje zejména
- přehled činností sdružení v příslušném kalendářním roce
 - údaje o počtu a skladbě členů Sdružení
 - změny ve složení orgánů v příslušném kalendářním roce
 - roční účetní závěrku a zhodnocení údajů v ní uvedených
 - stav a pohyb majetku, pohledávek a závazků Sdružení

XI.

Zrušení a zánik Sdružení

- O zrušení Sdružení rozhoduje členská schůze.
- Jestliže po zrušení Sdružení nepřechází jmění na právního nástupce, vyžaduje se provedení likvidace.
- Likvidátora jmenuje a odvolává řídící výbor.
- O rozdělení případného likvidačního zůstatku rozhodne řídící výbor. Řídící výbor je povinen rozhodnout o rozdělení likvidačního zůstatku tak, že jej převede na jednu nebo více neziskových organizací s obdobným cílem činnosti.

XII.

Závěrečná ustanovení

- Dojde-li mezi členy Sdružení nebo jeho orgány ke sporu o výklad těchto stanov, je k jejich výkladu oprávněna členská schůze.
- V otázkách v těchto stanovách neupravených se použije obecně závazných právních předpisů, zejména zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů.

Podpisy členů, kteří tuto změnu stanov přijali na valné hromadě dne 18.04.2011:

V Ostravě dne 18. 4. 2011

CENTROM, občanské sdružení
Mgr. Ivana Nesetová
člen řídícího výboru

Ověřovací doležka pro vidimaci

Podle ověřovací knihy Krajského úřadu Moravskoslezského kraje
poř. č. vidimace 5795/2011

tento úplný a s předloženou listinou, z níž byl pořízen/a a tak
obsahující 5 stran

souhlasí do slovně s předloženou listinou, z níž byl pořízen/a a tak
listina je pravopisem ověřenou vidimací „listinou“

opisem nebo kopií pořízenou ze „stejně slovně“
obsahující 5 stran.

Ostravě dne

18. 05. 2011

Jména a příjmení ověřující osobu, která vidimaci provádí:

Alena Daubnerová
Alena Daubnerová



Příloha č. 2 Detail příjmů a výdajů v letech 2007 – 2011

Detail příjmů a výdajů v roce 2007

Zdroje příjmů 2007	
Veřejné zdroje	10.563.500,-
Sponzorské dary	10.000,-
Úhrady konečných uživatelů služeb - nájmy	673.058,-
Celkem	11.246.558,-

Výdaje v roce 2007

DONÁTOR – NÁZEV PROJEKTU	výše dotace/ příjmu (zaokrouhleno na celé tisíce)	výdaje v roce 2007 (zaokrouhleno na celé tisíce)	vráceno donátorovi (zaokrouhleno na celé tisíce)
MSK - Rozšíření systému soc. bydlení na území města Ostravy o bydlení s asistencí soc. pracovníka	500.000,-	446.000,-	54.000,-
MMO - Sociální bydlení s doprovodným sociálním programem	1.200.000,-	1.200.000,-	0,-
ÚMOb-Vítkovice - Partnerství	130.000,-	130.000,-	0,-
MPSV - Podpora poskytování sociálních služeb (bydlení, NPC)	1.950.000,-	1.908.000,-	42.000,-
RV MPSV - Sociální poradenství a služby sociální prevence	751.000,-	694.000,-	57.000,-
OPRLZ - Podpora pracovních míst, poradenství a motivační aktivity *	2.363.000,-	1.503.000,-	0,-
SROP II - Komplexní systém sociální péče CENTROM II *	3.370.000,-	2.374.000,-	94.000,-
MMO - Zajištění provozu nízkoprahového centra dětí a mládeže	300.000,-	300.000,-	0,-
SPONZORSKÉ DARY			
sponzorský dar	10.000,-	10.000,-	-
ÚHRADY KONEČNÝCH UŽIVATELŮ SLUŽEB			
Nájmy	673.000,-	673.000,-	0,-
CELKEM		9.121.000,-	247.000,-

* víceleté dotace

Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM - 2007. Vlastní zpracování.

Detail příjmů a výdajů v roce 2008

Zdroje příjmů 2008	
Veřejné zdroje	9.084.000,- Kč
Úhrady konečných uživatelů služeb – nájem	857.000,- Kč
Jiné zdroje - Úřad práce	156.000,- Kč
Jiné zdroje - Nadace OKD	140.000,-Kč
Celkem	10.237.000,-Kč

Výdaje v roce 2008

DONÁTOR – NÁZEV PROJEKTU	výše dotace/ příjmu (zaokrouhлено na celé tisíce)	výdaje v roce 2007 (zaokrouhлено na celé tisíce)	vráceno donátorovi (zaokrouhлено na celé tisíce)
MPSV - Podpora sociálních služeb s regionální působností – Moravskoslezský kraj	2.950.000,-	2.950.000,-	0,-
Statutární město Ostrava – Bydlení s doprovodným sociálním programem CENTROM, NP centrum DM CENTROM, Specializovaná mateřinka CENTROM, Odborné sociální poradenství, Mediátor pro oblast sociální péče – Bydlení s doprovodným sociálním programem CENTROM, Zdravotně sociální pomocník	2.920.000,-	2.788.000,-	132.000,-
Statutární město Ostrava * – Rozšíření a zprovoznění kapacit „Bydlení s doprovodným sociálním programem“, Publicita a aplikace programu bydlení s doprovodným sociálním programem, Rozšíření a zprovoznění kapacit pro služby sociální prevence	125.000,-	42.000,-	0,-
MV ČR – Dobrovolnická služba	40.000,-	3.000,-	37.000,-
RV ZRK – Komplexní systém sociální péče v romských komunitách	1.900.000,-	1.797.000,-,-	103.000,-
OP RLZ - Podpora pracovních míst, poradenství a motivační aktivity (r. 2006-2008) – poměrná část na rok 2008	292.000,-	292.000,-	0,-
SROP II - Komplexní systém sociální péče CENTROM II(r. 2007/2008) – poměrná část na rok 2008	675.000,-	675.000,-	0,-
Statutární město Ostrava – Úroky	162.000,-	114.000,-	48.000,-

MMO – Účelové finanční dary (Pořízení uzamykatelných skříněk, Náklady spojené s pořádáním letních akcí pro děti a mládež v sadu J. Jabůrkové)	20.000,-	17.000,-	3.000,-
Nájmy – úhrady od klientů	857.000,-	857.000,-	0,-
Dotace z úřadu práce	156.000,-	156.000,-	0,-
Dotace Nadace OKD * - Zpracování projektové žádosti do OP LZZ – zdravotní prevence v romské komunitě, Zpracování projektové žádosti do 2.1.2.ROP, Zpracování projektové žádosti do OP LZZ, op. 3.3.- sociální firma	140.000,-	0,-	0,-
CELKEM	10.237.000,-	9.691.000,-	323.000,-

* dotace poskytnuta v r. 2008, čerpání proběhne až v roce 2009

Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM – 2008. Vlastní zpracování.

Detail příjmů a výdajů v roce 2009

Zdroje příjmů 2009	
Veřejné zdroje	8.008.000,-
Sponzorské dary	0,-
Úhrady konečných uživatelů služeb - nájem	0,-
Jiné zdroje	0,-
Celkem	8.008.000,-

Výdaje v roce 2009

DONÁTOR – NÁZEV PROJEKTU	výše dotace/ příjmu (zaokrouhleno na celé tisíce)	výdaje v roce 2007 (zaokrouhleno na celé tisíce)	vráceno donátorovi (zaokrouhleno na celé tisíce)
SMO – Bydlení s doprovodným sociálním programem CENTROM	1.200.000,-	1.199.000,-	1.000,-
SMO – NP centrum DM CENTROM	400.000,-	396.000,-	4.000,-
SMO – Provoz specializované mateřinky CENTROM	300.000,-	300.000,-	0,-
SMO – Odborné sociální poradenství CENTROM	150.000,-	150.000,-	0,-
SMO – Zdravotně sociální pomocník	250.000,-	248.000,-	2.000,-
MPSV - NP centrum dětí a mládeže Sirotčí 45, Rodinná resocializace - provoz specializované mateřinky, Rodinná resocializace s využitím sociálního bydlení jako motivačního prvku, Poradenství se zaměřením na osoby, jejichž způsob života může vést ke konfliktu se společností	2.750.000,-	2.750.000,-	0,-
RV ZRK - Multiplikace příkladů dobré praxe CENTROM	1.200.000,-	1.168.000,-	32.000,-
ESF – OP LZZ: Sloučení odbornosti TP a ZSP *	1.641.000,-	1.641.000,-	-
SMO – ostatní (dotace na vypracování projektů ESF, OP LZZ) *	84.000,-	-	-
Úřad práce – dotace na mzdu zaměstnance	7.000,-	7.000,-	0,-
SMO, ÚMOb Ostrava Vítkovice – Účelový finanční dar	26.000,-	26.000,-	0,-
CELKEM	8.008.000,-	7.969.000,-	39.000,-

* víceleté dotace

Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM – 2009. Vlastní zpracování.

Detail příjmů a výdajů v roce 2010

Zdroje příjmů 2010	
Veřejné zdroje	12.011.000,-
Sponzorské dary	200.000,-
Úhrady konečných uživatelů služeb - nájmy	1.371.000,
Jiné zdroje	79.000,-
Celkem	13.661.000,-

Výdaje v roce 2010

DONÁTOR – NÁZEV PROJEKTU	výše dotace/ příjmu (zaokrouhлено na celé tisíce)	výdaje v roce 2007 (zaokrouhлено na celé tisíce)	vráceno donátorovi (zaokrouhлено na celé tisíce)
SMO – Program třístupňového bydlení v romských komunitách	600.000,-	599.000,-	1.000,-
SMO – Provoz NP centra DM na Sirotčí ve Vítkovicích a na Pátové v Radvanicích	320.000,-	320.000,-	0,-
SMO – Specializovaná mateřinka pro děti s kumulací hendikepů	240.000,-	240.000,-	0,-
SMO – Úhrada úroků z poskytnutých úvěrů na předfinancování projektů dotovaných EU- „Sloučení odbornosti TP a ZSP	4.000,-	4.000,-	0,-
SMO – Úhrada úroků z poskytnutých úvěrů na předfinancování projektů dotovaných EU- „Publikace a aplikace programu bydlení“ *	13.000,-	-	-
SMO – Úhrada úroků z poskytnutých úvěrů na předfinancování projektů dotovaných EU- „Podpora Romů na trhu práce“ *	28.000,-	-	-
SMO – Vývoj a zpracování projektové žádosti pro čerpání finanční podpory z externích zdrojů	95.000,-	80.000,-	15.000,-

MPSV – Program třístupňového propustného bydlení v romských komunitách, Specializovaná mateřinka pro děti s kumulací hendikepů, Provoz NP centra DM na Sirotčí ve Vítkovicích a na Pátově v Radvanicích, NP centrum Pátova 2, Odborné sociální poradenství v lokalitách A a B podle Gabala	3.000.000,-	3.000.000,-	0,-
RV ZRK – Komplexní systém sociální péče CENTROM	900.000,-	778.000,-	122.000,-
KÚ MSK – Specializovaná mateřinka pro děti s kumulací hendikepů	300.000,-	298.000,-	2.000,-
ESF – OP LZZ: Sloučení odbornosti TP a ZSP **	2.416.000,-	2.416.000,-	0,-
ESF – OP LZZ: Publikace a aplikace programu bydlení	1.221.000,-	1.740.000,-	-
ESF – OP LZZ: Podpora Romů na trhu práce **	1.836.000,-	1.836.000,-	-
ESF – OP LZZ: Rozšíření služeb CENTROM **	706.000,-	100.000,-	-
ESF – OP LZZ: Kvalita registrovaných služeb II **	186.000,-	0,-	-
ESF - OP LZZ: subdodavatelská smlouva v rámci projektu „Podpora a rozvoj služeb sociální prevence v Moravskoslezském kraji“ (Charita Ostrava)	403.000,-	403.000,-	0,-
Úřad práce – dotace na mzdu zaměstnance	163.000,-	163.000,-	0,-
Nadace OKD – nadační příspěvky	34.000,-	34.000,-	0,-
Nájmy klientů	1.371.000,-	1.450.000,-	0,-
Finanční dar – CAMPA NET a.s.	200.000,-	200.000,-	0,-
Celkem	14.036.000,-	13.661.000,-	140.000,-

* dotace byly poskytnuty v roce 2010, čerpány však budou až v roce 2011

** víceleté dotace, k čerpání dochází postupně do konce projektového období, dosud vyčerpané prostředky jsou uváděny odhadem, vyčerpaná částka může být vyšší než dosud obdržená, neboť nedochází k předfinancování

Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM – 2010. Vlastní zpracování.

Detail příjmů a výdajů v roce 2011

Zdroje příjmů 2011	
Veřejné zdroje	13.938.000,-
Sponzorské dary	70.000,-
Úhrady konečných uživatelů služeb - nájmy	1.496.000,-
Celkem	15.503.000,-

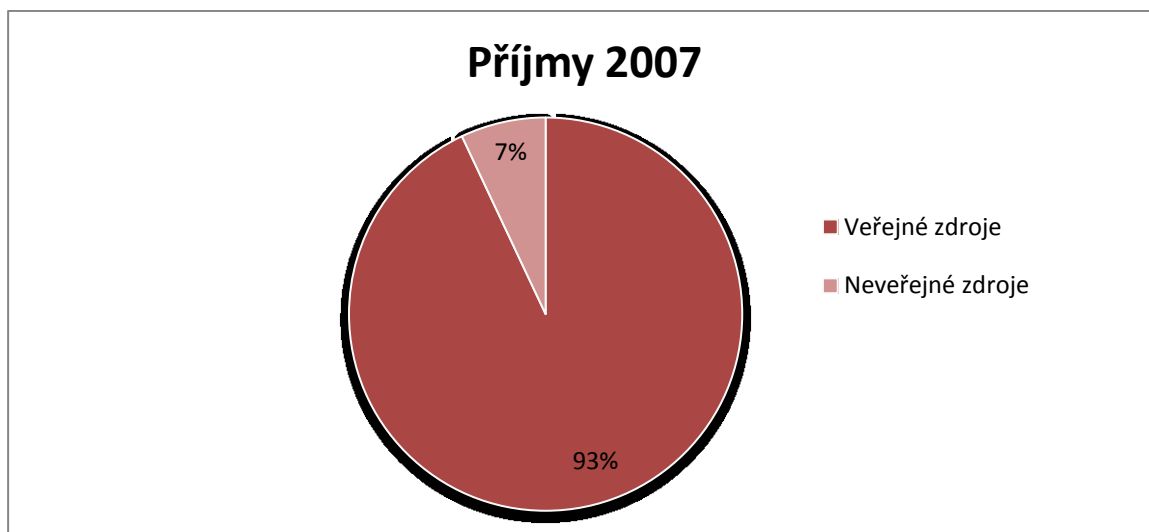
Výdaje v roce 2011

DONÁTOR – NÁZEV PROJEKTU	výše dotace/ příjmu (zaokrouhleno na celé tisíce)	výdaje v roce 2007 (zaokrouhleno na celé tisíce)	vráceno donátorovi (zaokrouhleno na celé tisíce)
MPSV - Program třístupňového propustného bydlení v romských komunitách	1.144.000,-	1.144.000,-	0,-
MPSV - NP centrum Pátova 2	200.000,-	200.000,-	0,-
MPSV - NP centrum DM, Sirotčí 45 ve Vítkovicích	880.000,-	880.000,-	0,-
MPSV - Odborné sociální poradenství v lokalitách G a B podle Gabala	220.000,-	220.000,-	0,-
MPSV - Specializovaná mateřinka CENTROM – Sirotčí 45 / Středisko pro rodiny s předškolními dětmi Vítkovice	264.000,-	264.000,-	0,-
SMO - Program třístupňového propustného bydlení v romských komunitách	800.000,-	798.000,-	2.000,-
SMO - NP centrum DM, Sirotčí 45 ve Vítkovicích	210.000	210.000	0,-
SMO -Specializovaná mateřinka CENTROM – Sirotčí 45 / Středisko pro rodiny s předškolními dětmi Vítkovice	240.000,-	240.000,-	0,-
ÚV ČR -Komplexní systém sociální péče CENTROM	1.454.000,-	1.454.000,-	0,-
ESF – OP LZZ - Publikace a aplikace programu bydlení	1.544.000,-	1.544.000,-	0,-
ESF – OP LZZ - Podpora Romů na trhu práce	2.212.000,-	2.212.000,-	0,-
ESF - OP LZZ - Rozšíření služeb CENTROM	1.761.000,-	1.761.000,-	0,-
ESF - OP LZZ - Kvalita registrovaných služeb II	1.241.000,-	1.241.000,-	0,-
ESF - OP LZZ - Kvalifikační kurz PSS VL	1.053.000,-	1.053.000,-	0,-
ESF - OP LZZ - subdodavatelská smlouva v rámci projektu „Podpora a rozvoj služeb sociální prevence v Moravskoslezském kraji“ (Charita Ostrava)	416.000,-	416.000,-	0,-
ÚP - dotace na mzdu zaměstnance	371.000,-	371.000,-	0,-
Nájmy klientů	1.496.000,-	1.496.000,-	0,-
Dary - Opravy bytů	70.000,-	70.000,-	0,-
CELKEM	15.503.000,-	15.501.000,-	2.000,-

Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM – 2011. Vlastní zpracování.

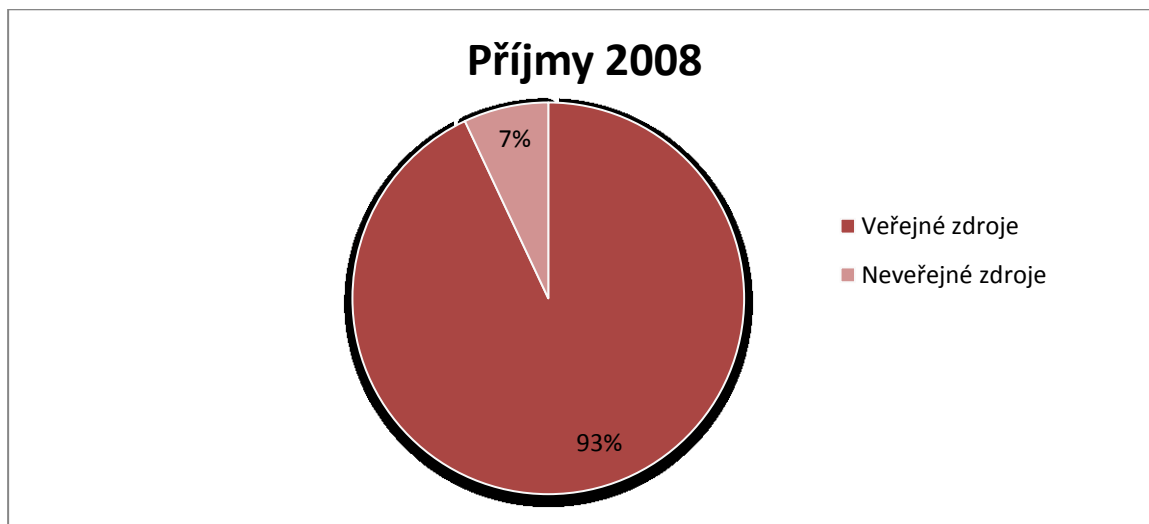
Příloha č. 3 Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů v letech 2007 – 2011

Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů v roce 2007



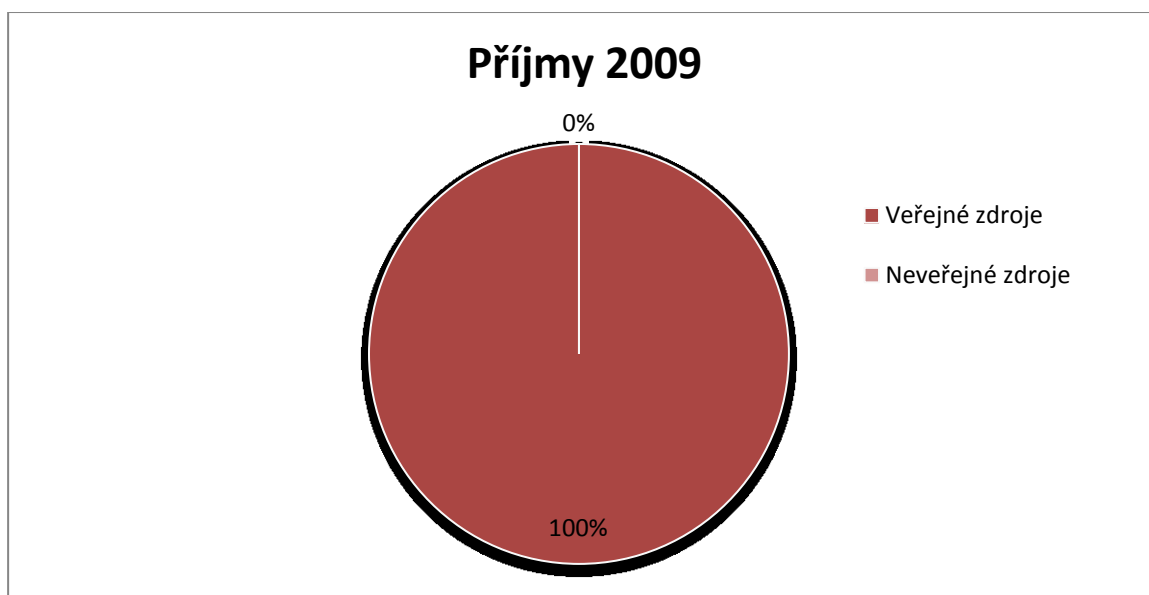
Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM – 2007. Vlastní zpracování.

Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů v roce 2007



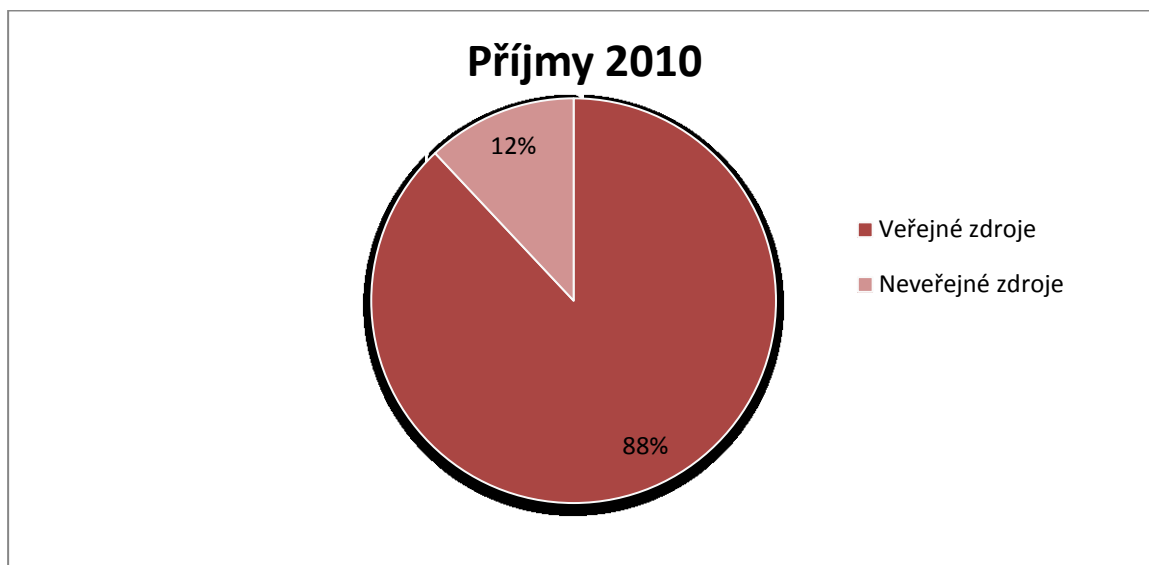
Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM – 2008. Vlastní zpracování.

Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů v roce 2009



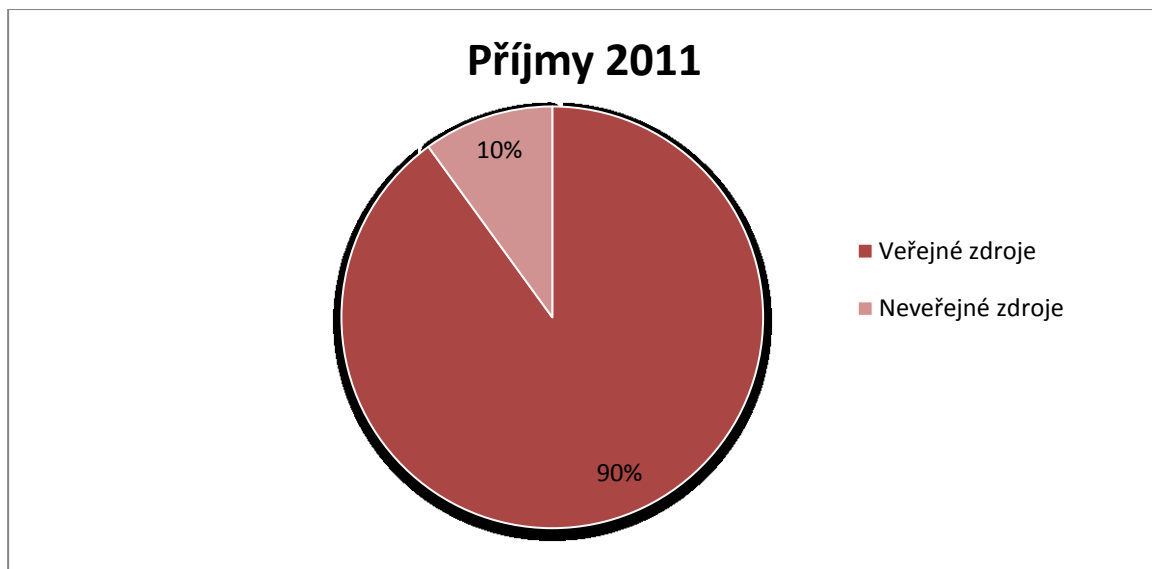
Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM – 2009. Vlastní zpracování.

Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů v roce 2010



Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM – 2010. Vlastní zpracování.

Procentuální rozložení veřejných a neveřejných zdrojů v roce 2011



Zdroj: Výroční zpráva občanského sdružení CENTROM – 2011. Vlastní zpracování.